Was wollen die Molkereien?

Derzeit arbeiten viele Molkereien an Nachhaltigkeitskonzepten. Mit welchen Anforderungen müssen die Milcherzeuger rechnen und was bringt ihnen das? Heike Kuhnert berichtet.

ie Forderungen an Molkereien und ihre Milcherzeuger nach mehr Nachhaltigkeit werden immer lauter. Bedeutet das für Landwirte noch mehr Gängelei in ökonomisch angespannten Zeiten? Oder entstehen auch Chancen für Vermarktung und Betriebsführung, auf die der Blick lohnt?

Gesellschaft und Kunden wollen es wissen. Mehr Nachhaltigkeit in unserer Wirtschafts- und Lebensweise ist eine gesellschaftliche Herausforderung. Alle Branchen – nicht nur die Agrar- und Ernährungswirtschaft – sind mit der Frage konfrontiert: Welchen Beitrag leistet Ihr zu einer nachhaltigen Entwicklung?

Im Markt treiben vor allem in Europa ansässige Konsumgüterhersteller wie Unilever, Nestlé oder Ferrero das Thema Nachhaltigkeit voran, und zunehmend auch der LEH. Die Konzerne stehen durch Kampagnen von NGOs und kritische Berichterstattung in den Medien unter Beobachtung und sind aufgefordert, sich glaubhaft um gesellschaftlich relevante Belange und eine nachhaltige Wirtschaftsweise zu kümmern. Bei tierischen Rohstoffen wie Milch spielen Tierschutz- und Tierwohlaspekte zunehmend eine Rolle. Denn Milcherzeugnisse wie Molke- oder Milchpulver sind vielfältig eingesetzte Rohstoffe in der Nahrungsmittelindustrie. Und Skandale bei diesen wichtigen Rohstoffen schwächen alle Marktbeteiligten.

Qualität ist mehr als Milchinhaltsstoffe.

Die Qualitätsanforderungen an Milch und Milcherzeugnisse erweitern sich, darin spiegeln sich gesellschaftliche Veränderungen und neue Kundenwünsche wider. Die Qualität wird vermehrt durch die Art und Weise der landwirtschaftlichen Erzeugung sowie die geografische Herkunft bestimmt. In den Regalen des Handels zeigt sich dies beispielsweise durch Trinkmilch

mit Weide- oder Tierschutzlabel oder Milchprodukte mit dem VLOG-Logo für gentechnikfreie Erzeugung. Hinzu kommen diverse regionale Auslobungen und nicht zu vergessen das wachsende Segment an Bioprodukten.

Bei den genannten Beispielen handelt es sich um für Verbraucher relativ leicht nachvollziehbare und werbewirksame Einzelaspekte. Nachhaltige Milcherzeugung umfasst jedoch viel mehr. Es sind vielfältige Aspekte in den Bereichen Ökologie, Ökonomie, Soziales und Tierwohl zu berücksichtigen. So spielen für das tatsächliche Tierwohl in einem Milchviehbetrieb bekanntlich zahlreiche Faktoren vom Haltungssystem über die Fütterung bis hin zur Tierbetreuung eine entscheidende Rolle. Daraus folgt: Das Thema Nachhaltigkeit ist komplex und seine Inhalte sind klar und nachvollziehbar zu definieren.

Molkereien und Erzeuger müssen zusammenarbeiten. Die veränderten Anforderungen bedeuten etwas plakativ gesagt: Es reicht nicht mehr, wenn sich Molkereien und Landwirte nur über den Milchpreis



So läuft es international

Gemeinsam und weltweit ein komplexes Thema angehen, dafür wurde bereits 2002 die Sustainable Agricultural Initiative (SAI) Platform gegründet. In produktbezogenen Arbeitsgruppen werden in der SAI Platform Prinzipien und Praktiken für eine nachhaltige Erzeugung von landwirtschaftlichen Rohstoffen formuliert, eine davon ist die Dairy Working Group. Die Dairy Working Group der SAI Platform arbeitet eng mit dem 2011 entstandenen Dairy Sustainability Framework (DSF) zusammen. DSF hat elf globale Kriterien bzw. Themen für eine nachhaltige Milchwirtschaft ausgearbeitet und ist dabei, ein weltweites Berichtswesen zur nachhaltigen Entwicklung der Milchwirtschaft aufzubauen. Von den in Deutschland tätigen Molkereiunternehmen sind beispielsweise Arla, Danone, Emmi, FrieslandCampina, Hochwald und die Molkerei Ammerland in einer oder beiden der genannten Initiativen aktiv.



Die ersten Molkereien veröffentlichen ausführliche Nachhaltigkeitsberichte. Bislang wurde die Produktionsweise in den Betrieben der Milcherzeuger kaum berücksichtigt, aber dies ändert sich gerade.

und die -qualität unterhalten. Denn die Molkerei kennt dann nicht viel mehr als die Lieferantennummer und die Liefermenge ihrer Landwirte.

Erforderlich ist eine gemeinsame Perspektive darauf, wie man neue Marktanforderungen erfüllen kann und zur gesellschaftlichen Akzeptanz der Milchbranche in Deutschland beiträgt. Daraus folgt, dass Nachhaltigkeitskonzepte der Molkereiunternehmen die landwirtschaftliche Milcherzeugung künftig einbeziehen müssen. Damit dies gelingt, braucht es ein gemeinsames Verständnis und klare Ziele für nachhaltige Entwicklung seitens Molkerei und Milcherzeugern, Vertrauen ineinander, Transparenz und nicht zuletzt Offenheit für neue Wege.

Nachhaltigkeitskonzepte. Der verstärkte Einzug des Themas Nachhaltigkeit hat vor rund zehn Jahren in der deutschen Milchwirtschaft begonnen. Die Molkereiunternehmen haben sich zunächst vorrangig mit Nachhaltigkeitsaspekten in ihrem eigenen Handlungsbereich – Produktion, Logistik, Mitarbeiter, gesellschaftliches Engagement – beschäftigt und die ersten Nachhaltigkeitsberichte erstellt. Zu den

Unternehmen mit einer ausführlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung gehören mittlerweile unter anderem die Molkereien Ammerland, DMK, Uelzena, Hochland, Zott, frischli Milchwerke, Privatmoldie Nachhaltigkeitskonzepte steckt noch weitgehend in den Kinderschuhen. Sie wird aber mehr und mehr zum Thema, um Aussagen zur Situation auf den Betrieben der Milchlieferanten treffen zu können –

Nachhaltigkeitsinhalte müssen klar definiert werden.

Dr. Heike Kuhnert, Land und Markt



kerei Bechtel und Berchtesgadener Land. Einige Unternehmen wie die Genossenschaft Hochwald integrieren Nachhaltigkeitskennziffern in ihren Geschäftsbericht.

Die Einbeziehung der Urproduktion in

beispielsweise zu den Haltungssystemen oder zur Gesundheit der Milchkühe, zur Häufigkeit von Weidegang, zu den Umweltleistungen der Betriebe oder zu deren Umgang mit Mitarbeitern. Nachhaltigkeitsmodul Milch. Die Ausarbeitung und Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten auf landwirtschaftlicher Ebene ist anspruchsvoll und von Unternehmen kleiner und mittlerer Größe kaum leistbar. Zudem ist ein brancheneigenes, fachlich fundiertes Verständnis von Nachhaltigkeit in der Milcherzeugung sinnvoll, um einheitlich gegenüber Kunden und Gesellschaft auftreten zu können.

Vor diesem Hintergrund wird seit 2015 das Nachhaltigkeitsmodul Milch entwickelt und seit 2017 bundesweit in einer Pilotphase eingesetzt. Ziel ist, mit dem Modul eine wissenschaftlich fundierte Lösung für die Milchbranche zu etablieren, die international anschlussfähig ist und zur Wettbewerbsfähigkeit beiträgt.

Was hat der Milcherzeuger davon? Mehr Nachhaltigkeit ist eine weitere Repressalie für die Landwirte – diese Wahrnehmung ist leider immer noch recht weit verbreitet. Aber das Thema beinhaltet durchaus Chancen, denn:

• Viele Aspekte, die für eine nachhaltige Milcherzeugung bedeutsam sind, gehören

Viele Aspekte der Nachhaltigkeit erfüllen die Landwirte bereits.

zur guten fachlichen Praxis und liegen im Eigeninteresse des Milcherzeugers.

- Eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsbetrachtung der Milcherzeugung rückt betriebliche Spannungsfelder in den Blick, beispielsweise erfordert ein Stallneubau hohe Investitionen und stellt nicht nur eine ökonomische Herausforderung für den Milcherzeuger und seine Familie dar.
- Die deutschen Milcherzeuger sind in vielen Bereichen besser als sie selbst und Außenstehende denken. Die Zusammenstellung von Fakten bietet die Chance, dies aufzuzeigen und damit einen Beitrag für mehr Transparenz zu leisten.
- Fakten machen stark. Wer seine guten, aber auch die verbesserungswürdigen Aspekte aufzeigt, gewinnt an Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

Ein Blick zu den Nachbarn.

In den kleinen exportorientierten Niederlanden ist bekannterweise einiges anders als in Deutschland. Dies gilt auch für das Thema Nachhaltigkeit in der Milchwirtschaft. Gefördert durch hohen politischen und

gesellschaftlichen Druck wurde dort bereits vor etwa zehn Jahren die Brancheninitiative »Duurzame Zuivelketen« (Sustainable Dairy Chain) gegründet.

Sie hat gemeinsam Ziele für den Milchsektor formuliert: Die Entwicklung in Richtung Klimaneutralität, die kontinuierliche Verbesserung von Tiergesundheit und Tierwohl, das Beibehalten der Weidehaltung sowie der Schutz der Biodiversität und der Umwelt. Als wissenschaftlicher Partner ist die Universität Wageningen eingebunden.

Über Sektor- und Jahresberichte wird der Fortgang in den verschiedenen Nachhaltigkeitsbereichen dokumentiert. Bemerkenswert ist, dass die Branche einheitlich mehrere Tools zur Erfassung von Nachhaltigkeitsdaten nutzt. Dazu gehört



Die meisten Molkereien haben sich zunächst mit der Nachhaltigkeit ihrer Produktionsprozesse beschäftigt.

der sogenannte Kuh-Kompass. Er wurde von der nordholländischen Genossenschaft Beemster-CONO Kaasmakers 2009 als Messinstrument für Tierwohl entwickelt. 2012 haben die Genossen den Kuh-Kompass innerhalb der niederländischen Milchwirtschaft freigegeben, um eine Standardisierung des Tierwohls in den Niederlanden zu unterstützen.

Die CONO Kaasmakers sind Pioniere in Sachen Nachhaltigkeit: 2009 haben sie das Managementsystem »Caring Dairy« für ihre Milcherzeuger eingeführt, inzwischen sind 90% der Landwirte eingebunden und arbeiten kontinuierlich an einer nachhaltigen Entwicklung ihrer Betriebe. Dies kommt Mensch, Tier und Genossenschaft gleichermaßen zugute. Ihre Marke Beemster, ein Gouda, ist erfolgreich über eine handwerkliche und nachhaltige Herstellung positioniert. Und über »100% Weidehaltung«. Die Genossenschaft liefert auch Milch für Ben & Jerry's Eiscreme, ebenfalls ein Nachhaltigkeitspionier. Ein Blick auf die Websites der genannten Akteure gewährt vertiefte Einblicke in die Konzepte und zeigt, wie eine gelungene Nachhaltigkeitskommunikation aussehen

Fazit. Das Thema Nachhaltigkeit wird ein Dauerbrenner bleiben. Dafür sprechen unter anderem die Diskussionen um mehr Klimaschutz und die Dringlichkeit zur Reduzierung des CO2-Ausstoßes. Die Akteure der Milchwirtschaft sind gefragt darzulegen, worin ihr Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung besteht. Dass dies nicht nur für Deutschland, sondern die Milchwirtschaft weltweit der Fall ist, machen die bereits laufenden internationalen Nachhaltigkeitsaktivitäten von Verbänden und Unternehmen der Branche deutlich. Molkerei und Milchlieferant sitzen in einem Boot, wenn es gilt, immer umfassendere Qualitätsanforderungen des Marktes zu erfüllen und dafür zukunftsfähige Lösungen zu erarbeiten.

> Dr. Heike Kuhnert, Projektbüro Land und Markt, Hamburg

Bei den DLG-Unternehmertagen in Magdeburg geht es am 4. September 2019 von 13.30 bis 15.30 Uhr im Arbeitskreis Milchviehhaltung ebenfalls um das Thema Nachhaltigkeit in der Milchproduktion. Landwirte, Molkereivertreter und Wissenschaftler diskutieren Anforderungen, Umsetzung und Nutzen.



Das Nachhaltigkeitsmodul Milch

Nachhaltigkeit definieren, Fakten sammeln, Ansätze für nachhaltige Entwicklung aufzeigen – dies gehört zu den Zielen des »Nachhaltigkeitsmodul Milch«. Seit 2015 wird im Rahmen eines Gemeinschaftsprojekts von QM Milch, Thünen-Institut für Betriebswirtschaft und dem Projektbüro Land und Markt an einem Konzept zur nachhaltigen Entwicklung der Milcherzeugung für die deutsche Milchbranche gearbeitet. Das Modul umfasst insgesamt

84 Kriterien in den Bereichen Ökonomie, Soziales, Ökologie und Tierwohl.

Es wird derzeit gemeinsam mit Molkereien in einer vom BMEL finanziell geförderten Pilotphase umgesetzt. Zwei Milcherzeugergemeinschaften sind ebenfalls beteiligt. Bis jetzt haben mehr als 6 000 Milcherzeuger den Fragebogen ausgefüllt.

Mehr dazu: www.qm-milch.de/ themen/nachhaltigkeit

Die Themen des Nachhaltigkeitsmodul Milch

Ökonomie

- Investitionen
- Risikoabsicherung
- Liquiditätsplanung
- Fortbildung und Beratung
- Wirtschaftliche Zufriedenheit

Ökologie

- Bewirtschaftung von Dauergrünland und Ackerland
- Biodiversitätspotential
- Nährstoffmanagement
- Güllemanagement
- Pflanzenschutzmanagement
- Energieerzeugung und Energieverbrauch

QM-Nachhaltigkeitsmodul

Soziales

- Arbeitssituation von Familien- und Fremdarbeitskräften
- Ehrenamtliches Engagement

Tierwohl

- Haltungsverfahren
- Kuhkomfort
- Tiergesundheit
- Kälberaufzucht