

Imageträger Weidegang

Tiergerechte Milchviehhaltung – dabei denken die meisten Verbraucher an Kühe auf der Weide. Sarah Kühl, Manuel Ermann und Achim Spiller sagen, warum ihre Forderungen nicht unterschätzt werden dürfen.

Die Konsumenten können auf zweierlei Wegen Einfluss auf die hiesige Agrar- und Ernährungsindustrie nehmen. In ihrer Rolle als Verbraucher bestimmen sie als letztes Glied einer Wertschöpfungskette zu einem gewissen Grad den wirtschaftlichen Erfolg eines Produktes. Als Bürger können sie zudem durch verschiedene Aktivitäten ihre Meinungen publik machen. Dies erlebt seit einiger Zeit die Fleischbranche in negativer Weise: Gut organisierte Bürgerinitiativen gegen Stallneubauten oder massive Demonstrationen gegen Fleischverarbeitungsbetriebe sind keine Seltenheit mehr. Die Milchwirtschaft steht hingegen derzeit kaum im Blickfeld der kritischen Öffentlichkeit. Weshalb sollte die Branche trotzdem in soziale Nachhaltigkeit investieren?

Das Image der Milchviehhaltung wird von der Mehrheit der Bürger positiv bewertet. Sie kann mit Vertrauen bei den Verbrauchern punkten. Ein Grund für diesen Status ist die Wahrnehmbarkeit von Kühen auf der Weide. Durch die für die Bevölkerung sichtbare Haltung der Nutztiere im Freien ergeben sich weit weniger Ansatzpunkte, um die Branche kritisch zu hinterfragen. Hinzu kommt, dass das Bild von Kühen auf der Weide gut zu der agrarromantischen Wunschkonzeption vieler Verbraucher von der Landwirtschaft passt. Dies stellt einen zentralen Unterschied zur Fleischproduktion dar. Über sie werden die Verbraucher fast ausschließlich durch Fernsehen, Presse und Rundfunk informiert. Die Berichterstattung ist überwiegend skandalisiert und von Subjektivität geprägt. Mastgeflügel und -schweine

befinden sich zudem in modernen, jedoch für die Öffentlichkeit nicht zugänglichen Ställen. Es ist für die Bürger mit wesentlich mehr Aufwand verbunden, sich ein eigenes Bild zu machen oder auch oftmals schlicht nicht möglich. Es ist für sie unverständlich, weshalb die Tiere keinen Auslauf ins Freie haben. Aufgrund fehlender Kenntnisse über die moderne Landwirtschaft schließen viele Menschen aus der Beobachtung der Natur und den Bedürfnissen von Haustieren auf die Ansprüche von Nutztieren – und dazu gehören Bewegung, frische Luft und die Möglichkeit, natürliches Verhalten auszuleben.

In Dänemark macht Weidemilch bereits 20 % der verkauften Frischmilch aus

Bedeutung des Auslaufs. Eine Verbraucherbefragung der Universität Kiel ergab, dass für die Mehrheit der Verbraucher der Auslauf ins Freie eine zentrale Bedeutung bei der Haltung von (Nutz-)Tieren hat. Eine eigene Studie an der Universität Göttingen bestätigt diese Aussage in Hinblick auf die Milchviehhaltung. Übersicht 2 zeigt deutlich, dass die Teilnehmer der Befragung Kühe auf der Weide sehen möchten und sie sich nicht vorstellen können, dass es Kühen, die nur im Stall stehen, gut gehen kann (62,2% stimmen der Aussage zu oder voll und ganz zu).

Neben tierbezogenen Aspekten, wie der Zugang zu frischer Luft und frischem Gras, ist den Verbrauchern auch die Kuh im Landschaftsbild wichtig: 73,4% stimmen der Aussage zu, dass sie sich eine Landschaft ohne Kühe nicht vorstellen können.

Nachfrage nach alternativen Milchprodukten steigt. Trotz der zuvor gezeigten positiven Situation der Milchbranche gibt es erste Anzeichen, dass die Verbraucher auch hier beginnen, die moderne Milchviehhaltung kritisch zu hinterfragen. Biomilch – welche von vielen Konsumenten mit Natürlichkeit in Verbindung gebracht wird – ist nach Gemüse und Eiern aus ökologischer Erzeugung, eines der am meisten nachgefragten Bioprodukte in Deutschland.

Neben Biomilch rücken zudem weitere Alternativen zur konventionellen Milch in den Fokus der Konsumenten. In den letzten Jahren befinden sich vermehrt Milchprodukte wie beispielsweise »Alpenmilch«, »Heumilch« und »Weidemilch« in den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels. Während in Deutschland der Anteil dieser Milchsorten nicht offiziell bekannt ist und eher als marginal angesehen wird, erreichen eben diese Produkte in unseren Nachbarländern einen ansehnlichen Marktanteil. In Dänemark macht Weidemilch bereits 20% der verkauften Frischmilch aus.

Auch in den Niederlanden hat Milch von Kühen, die auf der Weide gehalten werden, eine große Bedeutung. Genaue Zahlen sind aber auch hier nicht bekannt. Mit der Umstellung der eigenen Handelsmarken auf Weidemilch einiger großer Einzelhändler wie Albert Heijn, Jumbo, C1000 und Lidl sind jedoch zumindest die Abnahmen der Weidemilch sicher und werden forciert.

Dass auch in Deutschland durchaus das Potential für einen Markterfolg von Weidemilchprodukten vorhanden ist, zeigt eine weitere Studie der Universität Göttingen. Hier wurden 395 Verbraucher nach ihren Präferenzen bei der Milchauswahl befragt. Zudem sollten die Teilnehmer der Studie zwischen vier Milcharten wählen: konventionelle Milch, Milch aus der Region, Weidemilch und Biomilch. Übersicht 1 zeigt, dass sich ein Drittel der Befragten für die Milch aus der Region entschieden hat (32,7%), dicht gefolgt von der Weidemilch, welche von 30,1% gewählt wurde.



Übersicht 1: Welche Milch würden Verbraucher kaufen?

Wahlentscheidung	Anteil der Befragten in %	Zahlungsbereitschaft in €/l*
Konventionelle Milch	18,9	0,68
Milch aus der Region	32,7	0,76
Weidemilch	30,1	0,79
Biomilch	18,4	0,75

n = 395;

* Zahlungsbereitschaft für Weidemilch. Die Befragten, die sich für konventionelle Milch entschieden haben, würden 0,68 €/l für Weidemilch ausgeben. Befragte, die Milch aus der Region kaufen würden, wären bereit, 0,78 €/l dafür zu bezahlen. Als Referenzpreis wurde 0,61 €/l für konventionelle Milch genannt.

Übersicht 2: Verbraucheraussagen zur Milchviehhaltung in Deutschland (in %)

Aussage	Stimme (voll und ganz) zu	Teils/teils	Stimme (überhaupt) nicht zu
Kühe brauchen Auslauf an der frischen Luft	82,4	15,1	2,5
Weidehaltung ist für mich die natürlichste Form der Milchviehhaltung	79,3	17,8	2,9
Frisches Gras als Futter macht die Milch gesünder	78,6	19,0	2,4
Eine Landschaft ohne weidende Kühe kann ich mir gar nicht vorstellen	73,4	20,0	6,6
Ich kann mir nicht vorstellen, dass es Kühen, die nur im Stall stehen, gut geht	62,2	26,3	11,5

n = 1009

Foto: Wiermans

Umfrage

Zusätzlich wurden die Teilnehmer nach ihrer Zahlungsbereitschaft für Weidemilch gefragt, wobei ihnen zur besseren Einordnung ein Ladenpreis von 0,68 €/l für konventionelle Milch genannt wurde. Alle Befragten, unabhängig davon welche Milch sie kaufen würden, nannten mit durchschnittlich 0,75 €/l eine Mehrzahlungsbereitschaft für Weidemilch. Die Verbraucher, welche sich für Weidemilch entschieden haben, würden noch etwas mehr (0,79 €/l) zahlen. Dies bedeutet einen Mehrpreis von 0,18 €/l. Die geringste Mehrzahlungsbereitschaft für Weidemilch weisen mit 0,68€/l diejenigen auf, die konventionelle Milch kaufen würden.

Nachhaltigkeit und Strukturwandel.

Mit der Weidemilch erschließt ein Produkt Marktanteile, welches sich über Eigenschaften auszeichnet, die früher als selbstverständlich angenommen werden konnten: Eine Milchkuh, die auf der Weide steht und Gras frisst. Allerdings hat sich diese Situation in vielen Betrieben geän-

dert, immer weniger Kühe erhalten Weidegang. Das liegt unter anderem an dem voranschreitenden Strukturwandel in der Milchwirtschaft und den wachsenden Betriebsgrößen. Während es 1993 noch etwa 221 000 Milchviehalter mit einer durchschnittlichen Bestandsgröße von 24 Tieren gab, ergibt sich gut 20 Jahre später ein anderes Bild: Die durchschnittliche Tieranzahl je Halter hat sich auf 49 Tiere nahezu verdoppelt, die Anzahl der Halter hingegen hat sich um mehr als die Hälfte auf etwa 85 000 verringert. Betriebe mit Herdengrößen weit über 100 Tiere sind eher die Regel als die Ausnahme. Größere Herden bedeuten bei gleichzeitiger Beibehaltung des Weidegangs, dass vermehrt nahe, arrondierte Grasflächen zur Verfügung stehen müssen. Dies allein kann bereits ein Grund sein, warum zur reinen Stallhaltung gewechselt wird. Doch auch das Management der Weidehaltung wird mit steigender Herdengröße anspruchsvoller. Häufig fällt deshalb die Entscheidung bei expansionswilligen Land-

wirten wegen der ökonomischen Vorteile zugunsten der Stallhaltung aus.

Nicht nur die Wirtschaftlichkeit zählt.

Unter Nachhaltigkeitsaspekten sollten langfristig jedoch nicht nur die ökonomischen Faktoren betrachtet werden. Mindestens genauso bedeutend ist die Akzeptanz eines Wirtschaftszweiges in der Bevölkerung. Im Rahmen einer eigenen Befragung wurden die Teilnehmer nach ihrer Einschätzung verschiedener Systeme in der Milchviehhaltung befragt. Den Verbrauchern wurden Bilder von vier verschiedenen Haltungsformen für Milchkühe zur Beurteilung der Tiergerechtigkeit vorgelegt. Interessanterweise zeigt sich eine Einschätzung, die wohl auch die meisten Landwirte teilen würden. Am schlechtesten schneidet die Anbindehaltung ohne Weidemöglichkeit ab. Anbindehaltung mit Weide und Boxenlaufstall ohne Weide wird dann fast gleich beurteilt. Mit deutlichem Abstand wird der Boxenlaufstall in Kombination mit Weidegang bevorzugt.

Immer mehr Molkereien reagieren

42 % der deutschen Kühe haben bisher Weidegang, allerdings mit regional großen Unterschieden. Das liegt natürlich an der Flächenstruktur, den Witterungsbedingungen, den Herdengrößen und vielem mehr. Eine flächendeckende Weidehaltung in Deutschland wird auch künftig natürlich nicht möglich sein. Aber trotzdem sollten Landwirte und Verarbeiter den gesellschaftlichen Druck nicht unterschätzen.

Ob aus Marketinggründen, als Reaktion auf die Verbraucherwünsche oder beidem – einige Molkereien bieten bereits sogenannte »Weidemilch« in ihrem Sortiment an. Dazu gehören FrieslandCampina, Arla, Ammerland, Schwarzwaldmilch (ehemals Breisgaumilch) und Kerrygold. »Belohnt« werden die Lieferanten der Molkereien, die am jeweiligen Weidemilchprogramm teilnehmen, mit unterschiedlichen Zuschlägen auf den normalen Milchpreis.

FrieslandCampina zahlt seit 2012 beispielsweise 1 € pro 100 kg Milch zusätzlich, wenn die milchgebende Kuh an mindestens 120 Tagen jährlich sechs Stunden oder mehr Weidegang hat. Die niederländische Molkerei Cono Kaasmakers hat ihre Produktion auf 100% Milch aus Weidehaltung umgestellt. Die Kühe müssen laut Jan Roelofs, Direktor Marketing und Vertrieb Cono Kaasmakers in Deutschland, »in der Saison draußen weiden«. Auch der holländische Handel hat reagiert. Supermärkte wie Jumbo, Albert Heijn, Lidl und C 1 000 setzen bei frischen Milchprodukten, die sie unter ihrer Handelsmarke verkaufen, zunehmend auf Weidemilch.

Aber nicht überall ist die Weidemilch eine reine Erfolgsgeschichte. Auf dem dänischen Markt war Arla mit seiner



Arla verkauft nun »Bioweidemilch«-Produkte.

Weidemilch zunächst gescheitert. Das berichtete der Molkereikonkern Anfang 2013 in einem Lieferantenrundbrief. Als Grund nannte Arla-Marketingchef Jakob Knudsen, dass die Popularität von günstiger, tagfrischer Milch und Biomilch zunehme.

Stattdessen sollte die Weidemilch deshalb in eine besonders frische Milch umfirmiert werden, die täglich auf den Höfen abgeholt wird. Im Oktober kam Arla mit einer neuen Sortimentslinie auf den Markt, auf deren Verpackungen die Worte »Bio« und »Weidemilch« prangen. Angeboten wird frische und haltbare Bio-Weidemilch, Joghurt, Buttermilch-Quark, Schlagsahne und Butter – allesamt ohne Zusatzstoffe und gemäß der EG-Öko-Verordnung ohne Gentechnik.

Die Kühe müssen mit ökologisch erzeugtem Futter mit hohem Grünfutteranteil gefüttert werden, »ausreichend Platz« laut Homepage haben und im Sommerhalbjahr mindestens 120 Tage auf der Weide verbringen.

Übersicht 3: Was halten Verbraucher für tiergerecht?

Haltungssystem	Sehr positiv bzw. positiv (Zustimmung in %)
Boxenlaufstall mit Weidegang	81
Boxenlaufstall ohne Weidegang	43
Anbindehaltung mit Weidegang	42
Anbindehaltung ohne Weidegang	10



Die Weidehaltung ist ein Imageträger für die Verbraucher.

Diese Form der Haltung bewerten über 80% der Verbraucher als tiergerecht, die weiteren Befragten sagen fast alle teils/teils. Negative Bewertungen gibt es kaum (Übersicht 3).

Ausblick. Der Wunsch vieler Verbraucher nach Kühen in Weidehaltung ist deutlich vorhanden. Ob dadurch die Weidemilch in Deutschland ein ähnlicher Erfolg wird wie in unseren Nachbarländern bleibt abzuwarten. Davon unabhängig sollte sich die Milchbranche jedoch vor Augen führen, dass die Weide als Imageträger funktioniert und dies nicht unterschätzt werden darf. Sollte sich die Branche langfristig komplett von der Weidehaltung abwenden, wie es diverse Prognosen vorhersagen, kann es zu Vertrauensverlusten der Bürger kommen. Schweine- und Geflügelhalter sowie fleischverarbeitende Betriebe haben in den letzten Jahren feststellen müssen, wie massiv die Auswirkungen einer schwindenden gesellschaftlichen Akzeptanz sein können. Von Bürgerinitiativen, über De-

monstrationen, hin zu massiven politischen Regulierungen. Unternehmerisches Handeln benötigt in unserer modernen Gesellschaft Akzeptanz. Die Weidehaltung ist wichtig zur Bewahrung des öffentlichen Ansehens. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen verliert sie aber an Bedeutung. Es ist daher an der Zeit, in der Milchwirtschaft zu diskutieren, ob dieser »Imagebringer« tatsächlich aufgegeben werden soll oder ob zukünftig größere Anstrengungen zur Beibehaltung von Weidesystemen unternommen werden sollen. Andernfalls müsste geklärt werden, ob die Milchwirtschaft die Gesellschaft von einer Haltung ohne Weidehaltung überzeugen kann. Zwei zentrale Fragen wären zuvor zu beantworten: Wie ist die Weidehaltung unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten im Vergleich zur Stallhaltung zu bewerten (Tierschutz, Naturschutz, Klimaschutz)? Ist eine reine Stallhaltung von Milchkühen gesellschaftlich vermittlungsfähig? Beide Fragen sind nicht leicht zu beantworten. An der Universität Göttingen hat daher 2013 ein großes Forschungsprojekt mit

Partnerhochschulen und der Landwirtschaftskammer Niedersachsen zum Vergleich verschiedener Haltungssysteme von Milchkühen begonnen. Das Projekt wird Ergebnisse aus dem Blickwinkel verschiedener Nachhaltigkeitsdimensionen liefern. Bereits heute steht jedoch fest, dass die Weidehaltung aus Sicht vieler Bürger eine hohe intuitive Plausibilität hat. Eine Haltung im Freien und »natürliches« Futter von der Wiese, Bewegungsmöglichkeiten und frische Luft – diese Argumente wären selbst dann nicht leicht im medialen Diskurs zu entkräften, wenn wissenschaftliche Studien eine ganzjährige Haltung in Boxenlaufställen positiv beurteilen würden. Geht eine der beiden Fragen zugunsten der Weidehaltung aus, sollte die Milchwirtschaft über verstärkte Anstrengungen zur Aufrechterhaltung des Weidegangs nachdenken.

Sarah Kühl, Manuel Ermann und Prof. Dr. Achim Spiller, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Universität Göttingen



DAS FÜTTERUNGSSYSTEM DER ZUKUNFT – LELY VECTOR

Mehr Wirtschaftlichkeit Ihres Milchvieh- oder Mastbetriebes durch:

- Gruppen- und leistungsgerechte Futterration
- Verbesserung der Frischfutteraufnahme
- Optimales Wiederkauverhalten
- Höhere Tiergesundheit und verbesserte Herdenleistung
- Niedrige Betriebskosten

Kontinuierlich und bedarfsgerecht füttern



innovators in agriculture

www.lely.com