



Molkerei BGL informiert Bäuerinnen

Beitrag

In der Landwirtschaft ist die Berufstätigkeit der Frauen schon immer gefragt. Sie arbeiten im Stall, helfen bei der Ernte und kümmern sich neben dem Haushalt oftmals auch ums Büro. Sie sind Arbeitskraft und Entscheidungsträger auf den landwirtschaftlichen bäuerlichen Familienbetrieben. Als Basis hierfür informieren sich die Bäuerinnen der Molkerei Berchtesgadener Land im Rahmen der traditionell im Januar/Februar stattfindenden Informationsveranstaltungen aus erster Hand über den Milchmarkt allgemein, über die Milchpreisentwicklungen und das neue Pädagogikkonzept zur Ausbildung als Markenbotschafter. Nach zwei Jahren Corona-Zwangspause waren insgesamt 659 Bäuerinnen aus dem Milcheinzugsgebiet zwischen Watzmann und Zugspitze der Einladung nach Schönau (41), Teisendorf (148), Lenggries (209), Kirchberg/Mattighofen (71) und zuletzt gestern in Bergen (190) gefolgt, wo sie Vorstand und Geschäftsführung mit viel Information erwarteten und ihnen Rede und Antwort standen.

Sichtlich erfreut begrüßte Andreas Argstatter, Vorstandsvorsitzender der Molkereigenossenschaft Berchtesgadener Land, nach 2 Jahren pandemiebedingter Pause die Bäuerinnen endlich wieder persönlich bei den sonst immer jährlich stattfindenden Kranzln. Wie gut die Genossenschaft zusammenhält, habe besonders das vergangene Jahr 2022 gezeigt, als die Mitglieder die Strategie „In guten wie in schlechten Zeiten“ der Molkerei mitgetragen hatten. So konnte die Molkerei für die Verbraucher:innen moderat steigende Preise bei den Berchtesgadener Land Markenprodukten an die Handelskunden weitergeben und die Stammkundschaft konnten sich die Produkte trotz Inflation noch leisten. Dafür nahm der Milchpreis der Genossenschaft, der die letzten 15 Jahre die Tabelle angeführt hatte, vorrübergehend einen Platz am Ende der Preistabelle ein. Und dies, obwohl die Genossenschaft den konventionellen Milchpreis in 2022 schrittweise um 43 Prozent angehoben hatte. Hintergrund: Corona- und Ukraine-Krise hatten die Märkte total durcheinandergebracht. Molkereien mit Markenprodukten hatten plötzlich das Nachsehen beim Milchpreisvergleich, während „no name“ Molkereien, die Standardware wie Blockbutter, Massenkäse und Pulver für den Export herstellten, die Top-Positionen besetzten. Nicht zuletzt eine Dürre in Europa und ein Importhoch in China hatten diesen Markteffekt ausgelöst. Für das in dieser schwierigen Zeit entgegengebrachte Vertrauen in Vorstand, Aufsichtsrat und Geschäftsführung bedankte sich der Vorstandsvorsitzende bei den anwesenden Bäuerinnen.

Milchpreisrallye dreht ins Gegenteil

Dass die Entscheidungen richtig waren, zeige die aktuelle Entwicklung, so Argstatter: „Die Verwertung am Spotmarkt bewegt sich seit Dezember im freien Fall von erst 60 Cent auf inzwischen 32 Cent nach unten. Das führt dazu, dass die Milchpreise im Norden Deutschlands bereits deutlich um bis zu 9 Cent zurückgehen.“ Er ist sich sicher, dass die Molkerei für die Zukunft richtig aufgestellt sei und sich die Position gegenüber dem Handel und den Verbraucher:innen dank der fairen Preisstrategie bei den Produktpreisen im vergangenen Krisenjahr sogar noch verbessert habe. Denn die Molkerei stelle sich den Herausforderungen der Zeit und entwickle gute und tragfähige Lösungen. Das habe sie nicht zuletzt auch mit der Absicherung der Gas- und Stromverfügbarkeit, der hohen Attraktivität als Arbeitgeber in Zeiten von Fachkräftemangel oder an der Beibehaltung eines eigenen Fuhrparks, der aktuell Gold wert ist, gezeigt. Mit letzterem erreiche die heimische Molkerei beim Handel beste Bewertungen bezüglich der Lieferquote und stärke damit die Partnerschaft entlang der Lieferkette.

Stimmung im Aufbruch

Die apokalyptischen Vorhersagen für 2023 werden derzeit eine nach der anderen revidiert, so Pointner. Energie wird wieder billiger, Gas ist diesen Winter nicht knapp geworden, die Inflation hat laut Experten den Zenit überschritten und eine als schwer prognostizierte Rezession wird nun als leichte erwartet. Corona ist vorbei und die Molkerei bietet wieder Betriebsführungen an, die Wissenswerkstatt für die Mitglieder startet wieder mit Vor-Ort-Kursen in Präsenz. Den Wunsch, dass auch die landwirtschaftlichen Betriebe ihre Tore wieder für Kinder öffnen, formulierte Pointner so: „Mein Traum ist, dass jedes Kind im Milcheinzugsgebiet im Kindergarten- und Grundschulalter einen Milchviehbetrieb von uns besucht.“ Dazu wird derzeit in der Molkerei an einem Pädagogik-Konzept gearbeitet, mit dem interessierte Bäuerinnen zu Multiplikatoren ausgebildet werden sollen, so Sylvia Schindecker, Leiterin der Abteilung Landwirtschaft. Sie ist überzeugt, dass keiner Kindern die Landwirtschaft, die Erzeugung hochwertiger Lebensmittel und deren Geschmack besser näherbringen kann, als die Landwirt:innen selbst. Ziel sei es entlang der gesamten Alpenkette zwischen Watzmann

und Zugspitze bäuerliche Familienbetriebe zu gewinnen, die sich als Markenbotschafterinnen ausbilden lassen. Die ersten Kurse dazu starten bereits im Frühjahr.

50 Jahre Bio-Molkerei – Jubiläum soll Bio-Umsätze wieder steigern

Bereits 1973 begann die oberbayerische Molkerei mit der separaten Erfassung der Bio-Milch. Damit ist Berchtesgadener Land die erste Bio-Molkerei Deutschlands. Klaus Haslauer, seit einem Jahr Marketingleiter in der Molkereigenossenschaft, stellte den Bäuerinnen die im vergangenen Jahr entwickelten Jubiläums-Aktionen vor. Sie sollen nun ab Februar den schwächelnden Bio-Umsätzen wieder auf die Sprünge helfen, so Haslauer. Bei den geplanten Aktivitäten dreht sich alles um ein großes Jubiläums-Gewinnspiel für Verbraucher:innen. Abschließend zeigte Haslauer einen der neuen Clips aus der eigens produzierte Filmreihe „Der Kuah auf der Spur“. Kabarettist Stefan Schimmel, ein Original aus dem Berchtesgadener Land, nimmt die Zuschauenden darin mit auf eine unterhaltsame Reise hinter die Kulissen der Berchtesgadener Land Milch. Folge eins startet mit den Bio-Anfängen und besucht die Landwirtschaftsfamilie Ackermann in Kasten bei Wasserburg, die zu den Bio-Pionieren der Molkerei zählt.

Genossenschaftsgedanken mit Direktbelieferung stärken

Michael Kaindl, seit einem Jahr Leiter der Partnergenossenschaft Frischdienst Berchtesgadener Land, stellte die Idee und die aktuellen Weiterentwicklungen der Bauernfahrzeuge vor. Mit dem Angebot von vier Bauernfahrzeugen, die direkt auf den Höfen und an Sammelstellen im Dorf die Produkte anbieten, werde der Einkauf der eigenen Milchspezialitäten den Mitgliedern ganz einfach gemacht. Früher üblich, bietet die heimische Molkerei vielen seinen Mitgliedern auch heute noch diesen Service der sogenannten Rücklieferungen an. Sprich: Die landwirtschaftlichen Mitgliedsbetriebe liefern wertvolle Rohmilch an die Molkerei, die umgekehrt daraus hergestellte Produkte wie Joghurt, Topfen und Butter zurückliefert. Dieser Service gehe heute aber viel weiter, denn neben den Milch und Milchprodukte der eigenen Molkerei biete der Frischdienst den Landwirt:innen sein ganzes breites Lebensmittelsortiment von über 2.500 Artikeln an, erläutert Kaindl. Viele Artikel werden standardmäßig im Fahrzeug mitgeführt, besondere Wünsche können aber vorbestellt werden. Derzeit werde das Liefergebiet bis ins Tölzer Land ausdehnt, damit können auch die dortigen Mitglieder das Angebot der Rücklieferungen nun nutzen. Demnächst werde außerdem ein kleines Kühllager am Irschenberg angemietet. Damit werde die Logistik weiter optimiert und die Tour des Bauernfahrzeugs auf weitere Dörfer bei Bad Tölz und Penzberg ausgedehnt, so Kaindl.

Termine und Themen der Wissenswerkstatt der Molkerei Berchtesgadener Land – Frühjahr 2023

- 13.03. Das Wichtigste rund um die homöopathische Stallapotheke“
- 14.03. Fruchtbare Kühe und Rinder“ – ganzheitliche Betrachtung
- 15.03. Gute Milchqualität“ – ganzheitliche Betrachtung
- 16.03. Rinder – Fit für den Sommer“
- 21.03. Kinder auf dem Bauernhof – Begeisterung für die Landwirtschaft wecken und Wissen vermitteln
- 22.03. Vorbereitung auf Audits: QM-Milch, VLOG und Nachhaltigkeitsmodul
- 27.03. Wirtschaftlichkeit auf dem landwirtschaftlichen Betrieb

Bericht und Fotos: Milchwerke Berchtesgadener Land







Kategorie

1. Land- & Forstwirtschaft

Schlagworte

1. Berchtesgaden
2. Molkerei Berchtesgadener Land