

Eifel / Ardennen
[24.10.2007]

Verband belgischer Milchviehhalter (»Belgian Dairy Board«)
stellte Aktionsprogramm vor

Die Kunststoff-Kuh »Faironika«
soll schon bald an möglichst vielen
Stellen in Ostbelgien für einen
fairen bzw. kostendeckenden
Milchpreis werben.

Die Kuh »Faironika« wirbt für einen fairen Milchpreis

Von Arno Colaris

Meyerode

Sie dürfte dem einen oder anderen aufmerksamen Passanten schon aufgefallen sein: Die Kuh »Faironika«, die in den belgischen Landesfarben künftig auch an möglichst vielen Orten Ostbelgiens für einen fairen Milchpreis werben wird.

Die lebensgroßen Kunstkühe mit der Aufschrift »Die faire Milch« stehen sinngemäß für Fairness bei der Milch, für faire Preise für die Milchbauern und die positiven Auswirkungen, die sich daraus für alle ergeben. Diese einzigartige Aktion geht von den europäischen Milchbauern aus, die sich vor einem Jahr länderübergreifend im »European Milk Board« (EMB) zusammengeschlossen haben, um für eine faire Entlohnung ihrer Arbeit zu kämpfen. »Faironika« soll ihnen dabei helfen.

1700 Landwirte

Der belgische Ableger des EMB, der Verband belgischer Milchviehhalter »Belgian Dairy Board« (BDB), hat knapp zwei Jahre nach seiner Gründung landesweit bereits 1700 Landwirte mobilisiert, die sich mit insgesamt 75000 Kollegen aus elf weiteren europäischen Ländern für einen kostendeckenden Milchpreis (von mindestens 40 Cent pro Liter) stark machen. Die jährliche Gesamtproduktion der im EMB organisierten Bauern beläuft sich auf 30 Milliarden Liter Milch.

Am Montagabend stellten der Präsident des BDB, Bernd Jacobs aus Eupen, sowie die ostbelgischen Vorstandsvertreter Erwin Schöpges (Amel) und Rainer Lentz (Schoppen) den Verbandsmitgliedern und allen interessierten Milchbauern das neue Aktionsprogramm des Verbandes vor. Am heutigen Mittwochabend um 20.30 Uhr wird es eine zweite Informationsversammlung für die Milchbauern aus dem Norden der DG in der Hubertushalle in Lontzen geben. Die aktuelle Situation der Milch in Europa ist aus Sicht der Milchbauern nach wie vor unbefriedigend, weil der ausgezahlte Milchpreis die Kosten der Produktion nicht deckt. Seit 2001 sei der Milchpreis kontinuierlich gefallen und solle dies laut Politik weiter tun. Mit der Folge, dass jedes Jahr Tausende Landwirte ihren Betrieb aufgeben müssten und die Zukunft der verbleibenden Betriebe mehr als ungewiss sei.

Druck machen

Diesen Tatbestand wollen immer mehr Bauern nicht einfach auf sich sitzen lassen. »Auf politischer Ebene werden die Milchproduzenten nicht angemessen vertreten und auf kommerzieller bzw. industrieller Ebene gehören sie nicht zu den Entscheidungsträgern. Die Milchbauern hatten bisher keinen Einfluss auf die Marktentwicklungen, weder in Europa, noch auf dem Weltmarkt«, stellen Bernd Jacobs und seine Mitstreiter fest. Doch das soll sich ändern. Aus Berechnungen des BDB ging hervor, dass der durchschnittlich an die Produzenten ausgezahlte Milchpreis der letzten fünf Jahre in Belgien bei 28 Cent pro Liter lag. Dagegen hätten die durchschnittlichen Produktionskosten bei 0,45 Cent gelegen. »Das Problem ist, dass sich bisher keine Organisation für einen kostendeckenden Milchpreis eingesetzt hat«, heißt es weiter. Diese Lücke wollen der BDB bzw. europaweit der EMB schließen.

Da die Molkereien und Handelsketten inzwischen wie die Landwirtschaftspolitik europaweit agieren, versprechen sich die Milchbauern gerade von dieser internationalen Verknüpfung sehr viel, um sich im zähen Ringen um bessere Milchpreise auf politischer, kommerzieller und industrieller Ebene Gehör zu verschaffen. Eine nationale Vertretung reiche nicht mehr aus. »Umso zahlreicher wir sind, umso größer wird unser Gewicht und Einfluss«, betont Bernd Jacobs.

Und durch die internationale Aktion mit der Kuh »Faironika« würden die Forderungen der Milchbauern erstmals europaweit auch für den Konsumenten sichtbar. Die ersten Erfolgserlebnisse in Form eines - wenn auch nicht ausreichenden - Anstiegs des Milchpreises hätten sich bereits eingestellt. »Wir sind überzeugt, dass die Entwicklung des Milchpreises nicht einzig und allein Sache des Marktes ist bzw. sein darf. Indem wir Druck auf die Molkereien und die Milch verarbeitenden Unternehmen ausüben, können wir sie zu Nachverhandlungen mit den Handelsketten bewegen.«

Eigene Hausmarke?

Ein mögliches Druckmittel sind auch Verhandlungen mit Milch verarbeitenden Unternehmen des freien Marktes wie Vrebamel oder Fabrelac. Selbst die Kommerzialisierung einer Hausmarke wird nicht ausgeschlossen. In Österreich wurde dieses Beispiel bereits erfolgreich vorexerziert. Dort ist »faire Milch« zu einem kostendeckenden Preis sogar in den Läden der Discount-Kette Lidl zu finden.