IG-MILCH POST

IG-MILCH
Verein österreichischer Grünland- und Rinderbauern

Das Mitgliedermagazin der IG-MILCH
überparteilich und unabhängig

Ausgabe 70 | November 2020

Österreichische Post AG | SP 08Z037827 S
IG-Milch, Hauptplatz 5, 4190 Bad Leonfelden

Faironika, die Markenbotschafterin der IG-Milch, wird sich auch in Zukunft für mehr Fairness einsetzen. Für Fairness zwischen Produzenten und Vermarktern, für Fairness zwischen Landwirten und Konsumenten sowie für Fairness innerhalb der Bauern weltweit. Überschüsse erzeugen und diese exportieren auf Kosten der Bauern in anderen Regionen ist nicht fair und hat keine Zukunft. Foto: Meilinger

Offen gesprochen

Geschätzte Bäuerinnen und Bauern,
liebe Leser der IG-MilchPost!

Wie jedes Jahr ist es auch heuer wieder so weit, dass wir euch zu unserer Jahreshauptversammlung einladen dürfen. Am 21. November, wie gewohnt im Gasthaus Wirt im Feld in Steyr-Dietach. Da wir letztes Jahr aufgrund Zeitmangels und nach Genehmigung der Vereinsbehörde auf eine Neuwahl verzichtet haben, finden diese Wahlen heuer statt (Einladung ist nebenan und der Wahlvorschlag für den Vorstand findet ihr auf Seite 5). Da es mehr als schwierig ist, neue Menschen für die Vorstandsarbeit zu begeistern, wird der „alte" Vorstand, verändert nur auf einer Position, weitermachen. Bernd Kaufmann zieht sich aus dem Vorstand zurück. Lieber Bernd, ich darf dir im Namen des Vorstandes und auch der IG-Milch herzlichen Dank für dein Engagement sagen. Wir wünschen dir auf deinem weiteren Lebensweg alles erdenklich Gute, viel Kraft und Gesundheit.

Als Referenten dürfen wir Ferdinand Kaineder begrüßen. Sein Buch trägt den Titel „Anpacken, nicht einpacken!". Hört sich für mich sehr motivierend an. Da sich ja jeder von uns in seinem Leben immer wieder in Situationen befindet, die nicht so einfach sind, ist Motivation etwas, das nie schadet. Wir haben heuer ein paar Dinge mit Ferdinand gemeinsam angepackt, mit ihm zusammengearbeitet. Sehr intensiv beim Basis- und Richtungsmanifest, auf das ich sehr stolz bin. Er hat dann einmal erwähnt, dass er bei der Jahreshauptversammlung dabei ist und hat zu meiner Freude gleich zugesagt zu uns zu sprechen und uns zu motivieren. Er ist so ein angenehmer, sympathischer Mensch, mit so viel Erfahrung, darum freue ich mich sehr darauf.

Buch über IG-Milch

Wir trauen uns nun doch drüber und dieses Projekt entwickelt sich weiter. Denn aus meiner Sicht ist es sehr wichtig, all unsere Erlebnisse der letzten Jahre für die Nachwelt zu erhalten. Es wäre fast ein Vergehen, wenn wir das nicht täten. Damit wir das Buch schreiben können, müssen wir die letzten 16 Jahre IG-Milch quasi Revue passieren lassen. Zurückschauen. Mit den ganzen Ereignissen wieder intensiver in Berührung kommen. Und ich muss euch schon sagen, dass ich oft richtig erschaudere und mir regelrecht übel wird, über das, was ich erlebt habe. Bei den allermeisten Grausligkeiten war ich ja Gott sei Dank nicht allein. Denn ich komme schon oft ins Grübeln darüber, ob jeder, dem ich meine Erlebnisse schildere, diese auch glaubt. Darüber habe ich auch schon oft mit Ernst oder anderen Vorstandskollegen gesprochen. Viele Dinge sind einfach dermaßen ekelhaft, dass sie eben fast unglaublich sind. Da ist es nur gut, wenn man die Ereignisse schriftlich hat oder vor Zeugen erlebt hat.

Bleibt mir noch, euch nochmals herzlich zur Jahreshauptversammlung einzuladen. Zu dieser hat sich auch ein ORF-Kamerateam angekündigt. Ich freue mich auf ein Wiedersehen in Steyr am 21. November.

Grünzweil Ewald

IMPRESSUM: Medieninhaber, Verleger und Herausgeber: IG-Milch, Ewald Grünzweil, Hauptplatz 5, 4190 Bad Leonfelden. Layout & Druck: Druckerei Bad Leonfelden GmbH, Fotos: IG-Milch. Die „IG-MilchPost" ist das Informationsblatt für die Mitglieder des Vereins Österreichischer Grünland- und Rinderbauern. Sie versteht sich als unabhängig und überparteilich. Bankverbindung: Sparkasse Mühlviertel West, IBAN: AT722033402600010488, BIC: SMWRAT21

Inhaltsverzeichnis

Anpacken, nicht einpacken 4
Wahlvorschlag 5
A faire Milch 6
Das Genossenschaftssystem ist hin 10
Aus der Sicht eines Konsumenten 12
Zum Nachdenken 15

IG-MILCH Verein österreichischer Grünland- und Rinderbauern
4190 Bad Leonfelden
Hauptplatz 5

Tel. 07213 20591 • Fax DW 91
Mobil 0664 2023869
office@ig-milch.at • www.ig-milch.at

Bürozeiten: **Mo. – Do. von 7.30 – 12.30 Uhr**

Einladung zur

Jahreshauptversammlung der IG-Milch

(Verein der österreichischen Grünland- und Rinderbauern)

4407 Steyr/Dietachdorf im Landgasthof „Wirt im Feld“
Ennser Straße 99, Tel. 07252 38222

am Samstag, 21. November 2020 von 10.00 bis 14.00 Uhr

Tagesordnung:

1. Eröffnung und Begrüßung
2. Totengedenken
3. Genehmigung des Protokolls der letzten Generalversammlung
4. Tätigkeitsbericht des Obmannes
5. Bericht des Kassiers
6. Bericht der Rechnungsprüfer
7. Entlastung des Vorstandes
8. Projektbericht „A faire Milch“
9. Wie gehts weiter mit der Regionalwert-Gemeinschaft
10. Neuwahlen des Vorstandes und der Rechnungsprüfer
11. Motivationsreferat von Kommunikationslotse, Medienexperte, Coach und Theologe Mag. Ferdinand Kaineder
12. Allfälliges

Busse oder Mitfahrgelegenheiten zur Jahreshauptversammlung werden von den Regionalverantwortlichen organisiert, bitte um rechtzeitige Anmeldung!

Wir freuen uns auf eure Teilnahme bei der Jahreshauptversammlung!

Buchvorstellung

„Anpacken, nicht einpacken!“

Mut, Neues zu denken, Mut, andere Wege einzuschlagen, aber auch Mut zu scheitern – davon wird Ferdinand Kaineder bei unserer heurigen Jahreshauptversammlung am 21. November in Steyr/Dietachdorf erzählen und uns sein neues Buch „Anpacken, nicht einpacken!“ vorstellen.

Aufbauend auf die vier Handlungsimperative von Wolfgang Bartsch „Lebe wachen Gewissens“, „Finde das rechte Maß“, „Wage neue Aufbrüche“ und „Handle solidarisch“ formuliert Ferdinand Kaineder Motivationsimperative für ein geöffnetes Leben entlang von Nachhaltigkeit und Solidarität: Loslassen befreit! Aufbruch bewegt! Vielfalt stärkt! Gemeinschaft hält! Gerechtigkeit geht! Beziehung heilt! Erfahrung bildet! Kultur öffnet! Fremdes bereichert! Ein ebenso hartes wie positives Buch, ein Aufruf zum Aufbruch und zur Hinwendung zum Guten.

„Ob eine Veranstaltung, eine Organisation oder ein soziales Lebewesen Zulauf haben, entscheiden die Menschen des jeweiligen Umfeldes nach einem ganz einfachen Prinzip: Geht es dort lebendig zu? Spielt sich dort das Leben ab? Sind das lebendige oder steife, ja tote Menschen, die sich aus Gewohnheit treffen? Mir selbst war es immer wichtig, Klarheit zu gewinnen, Lebendigkeit zu schüren, zu ermutigen, sich nicht bremsen zu lassen und die tiefe Begründung als Christ oder Christin nicht aus den Augen zu verlieren, die Lebendigkeitsquelle in Gott selbst. Ermutigung, Weite und eine fröhliche Tiefe waren mein Anliegen“, so Ferdinand Kaineder.

Die Grundfrage jedes sozialen Lebewesens lautet im Kern: Wie können wir (wieder) lebendig werden? Entlang seines **„Dreiraummodells“** gilt es Faktoren und Aspekte ungeschminkt zu betrachten, die eine Lebendigkeit fördern oder verhindern. Dabei sind **„Mitmachen“, „Verstehen“** und **„Vernetzen“** die zentralen „Räume“ für Lebendigkeit.

„Für Gemeinschaft, die begeistert“ steht als Untertitel auf dem Buchcover des Buches, das seit 19. August 2020 im Buchhandel erhältlich ist. Es ist ihm ein Anliegen, dass das Buch über den lokalen und regionalen Buchhandel den Weg zu den Menschen findet. Auf der Herder-Website wird das Buch auch angeboten, inklusive zehn Seiten zum „Probelesen“.

Zur Person Ferdinand Kaineder

Geboren in Kirchschlag bei Linz als zweiter von vier Söhnen am Bauernhof eines Landwirte-Ehepaares war er von frühester Kindheit an der Kirche zugeneigt und lange Jahre beruflich wie auch ehrenamtlich für die Kirche tätig. Unter anderem war er Leiter des Medienbüros der Ordensgemeinschaften, Leiter des Kommunikationsbüros der Diözese Linz und auch Ausbildungsleiter für Theologiestudierende. Seit vielen Jahren ist er nun als Kommunikationslotse, Medienexperte, Coach und Theologe in verschiedensten Bereichen tätig. Durch sein Pilgern und Weitgehen sammelte er besondere Lebenserfahrungen.

BIOS ®
AT-BIO-401

Biokontrollservice Österreich
www.bios-kontrolle.at
Ihr Partner für die Zertifizierung

Feyregg 39 • 4552 Wartberg/Krems
Telefon: 07587/7178 • Fax: 07587/7178-11
office@bios-kontrolle.at

Werbung

Mag. Ferdinand Kaineder wird bei der Jahreshauptversammlung der IG-Milch referieren. Foto: Schauer-Burkart

So wie er für ein lebendiges Christentum brennt, scheitert er dort und da an den verkrusteten Strukturen der katholischen Kirche. Doch resignieren ob dieser Situation ist seine Sache nicht: Mit seinem **„Dreiraummodell"** und den Dynamiken von Mitte, Ränder und Zwischenräumen will Kaineder neue, weite und geöffnete Räume und Dimensionen des Lebens zum Klingen bringen, die Menschen anziehen sollen zum Mitmachen, zum Verstehen und zu einem neuen Vernetzen.

Neuwahlen – Wahlvorschlag:

Im letzten Jahr haben wir aufgrund von Zeitmangel bei der Vereinsbehörde um eine Genehmigung zur Verschiebung der Neuwahlen um ein Jahr angesucht. Die Wahlen werden daher in diesem Jahr abgehalten.

Weitestgehend wird der „alte" Vorstand weitermachen. Bernd Kaufmann zieht sich aus dem Vorstand zurück. An seiner Stelle wird Reinhard Üblacker die Aufgaben des Kassiers übernehmen und Andreas Hetzlinger wird Kassier-Stellvertreter.

Wahlvorschlag:
Geschäftsführender Obmann: Ewald Grünzweil
Obmann-Stellvertreter: Thomas Schmidthaler
Kassier: Reinhard Üblacker
Kassier-Stellvertreter: Andreas Hetzlinger
Schriftführer: Engelbert Neubauer
Schriftführer-Stellvertreter: Stefan Scheipl
Beirat: Bernhard Keplinger
Kassenprüfer: Georg Pöchtrager, Wolfgang Mossbauer

GUNTAMATIC Hackgutheizung gegen Klimaveränderung

Biomasse heizen ist CO_2 neutral und schützt unser Klima. Der hohe fossile CO_2-Ausstoß führt aber dazu, dass Borkenkäfer, Eschentriebsterben, div. andere Pilze, Schneedruck und Trockenheit mittlerweile ein ständiger Begleiter unserer Waldwirtschaft geworden sind. Der damit massiv verstärkte Einschlag kann sich in einigen Jahren eventuell aber auch zu geringen Einschlagmengen umkehren. Was tun, wenn dann weniger Energieholz zur Verfügung steht?

Der österreichische Qualitätshersteller für Hackgutheizungen **GUNTAMATIC** bietet bereits jetzt mit seinen Powerchip-Hackgutanlagen die Möglichkeit an, Energiepflanzen (wie Kurzumtriebswald, Miscanthus, Agropellet, Energiekorn, … je nach Länderzulassung) als Alternative zu verwenden. Dies schafft für Landwirte und Eigenversorger ein Höchstmaß an Unabhängigkeit und Krisensicherheit.

Entscheiden Sie sich bereits jetzt für die Hackschnitzelheizung der Zukunft (flexibel, hocheffizient, sauber und günstig in den Betriebskosten) und nutzen Sie die derzeit bis zu € 8.500,– Förderung auf die Gesamtinvestition.

GUNTAMATIC

Mehr Informationen erhältlich unter:
www.guntamatic.com oder **info@guntamatic.com**

Werbung

Das Ende von „A faire Milch“

Es war ein trauriger Tag, als wir den Entschluss fassen mussten, das Projekt A faire Milch aufzugeben. Eine große Chance beim Kampf um faire Preise wurde durch vielerlei Formen von Widerstand, Behinderung und Unverständnis vertan. Welche Brisanz A faire Milch hatte, wurde durch das enorm hohe Medieninteresse bei Bekanntgabe des Ausstiegs sichtbar. Manchmal habe ich sogar das Gefühl, dass es den Molkereien leidtut, dass die faire Milch nicht mehr im Regal ist.

Es ist in jedem Fall eine große vergebene Chance. Uns wurde erst bei der Verleihung des Staatspreises für Marketing bewusst, welches Potenzial dieses Projekt hat. Schon damals war die große Macht der Handelsketten mit ihren Eigenmarken bekannt. Statt sich gegenseitig mit wenig bedeutenden Regionalmarken beim Handel zu unterbieten, wäre ein nationaler Schulterschluss mit den Milcherzeugerbetrieben eine gute Gegenstrategie gewesen. Doch anstatt dieser Idee nahezutreten, wurde die ganze Energie von Politik und Milchwirtschaft auf die Bekämpfung unseres Projektes gelegt. In Wirklichkeit war es immer mühsam einen Partner zu finden, der die Milch verlässlich abfüllt und in einer beständigen Qualität an den Handel liefern kann.

Was wirklich gut funktioniert hat war die Begeisterung der Bäuerinnen und Bauern diese Marke zu bewerben und mit zahlreichen kreativen Marketing-Ideen und Aktionen die Milch österreichweit bekannt zu machen. Während zahlreiche Gegenprojekte mit viel Geld initiiert wurden (Fairea, Reine Lungau, …), waren wir immer auf uns alleine angewiesen. Auch das auffällige und moderne Design unserer Milchmarke wurde von zahlreichen anderen Handelsketten und Molkereimarken teilweise kopiert (Hofer, Rewe, Berglandmilch, …). Als dann mit dem Ende der Freien Milch die Verträge und die Schikanen gegen die Bauern nochmal verschärft wurden und die Bewerbung für die faire Milch nicht mehr möglich war, ist auch das Interesse der Kunden und Kundinnen kontinuierlich zurückgegangen. Wie groß das Potenzial von A faire Milch war, sieht man an den vielen verkauften rot-weiß-roten Kühen und anderen diversen Werbeartikeln.

Das Besondere von 14 Jahren faire Milch waren unzählige berührende Situationen und Begegnungen mit Konsumentinnen und Konsumenten. Sie ist auch fixer Bestandteil jeder Kundgebung und jeder Aktion. Wir können sehr stolz darauf sein, dass in sechs anderen Ländern diese Marke auch umgesetzt wurde und den Weg ins Regal gefunden hat. Es war auch ein Meilenstein in der Geschichte der europäischen Erzeugerverbände, dass wir mit so einem kreativen Projekt so nachhaltig sichtbar wurden. Man sieht auch in den anderen Ländern, dass sich diese Marke nur dort gut entwickeln konnte, wo es von oben Unterstützung gegeben hat und nicht alle Kraft in die Behinderung investiert wurde. Wir, die europäischen Milcherzeuger, konnten uns auf eine gemeinsame Marke einigen und damit stark und positiv in Erscheinung treten. Was für eine Leistung!

Wenn man jedoch die derzeitige Situation analysiert, ist in der Milchwirtschaft in Österreich nichts mehr fair.

Unter den Milcherzeugern ist ein extremer Wettbewerb um Flächen und Milchleistungen im Gange. Es ist aus meiner Sicht nicht fair, den Kühen über 10.000 Liter Milch im Jahr herauszupressen, die Wiesen fünf, sechs oder sieben Mal zu mähen und Unmengen Kraftfutter zu füttern. Der Milchpreis ist unter jeder Würde! Die Exportorientierung vernichtet Märkte in anderen Regionen der Welt, ohne dass wir was davon haben und zerstört dort bäuerliche Existenzen und Umwelt. Es besteht ein absurdes Verhältnis zwischen Molkereien und Milcherzeugern. Das Genossenschaftssystem haben wir in seiner ganzen Absurdität und Brutalität kennengelernt, wo Fairness nicht bekannt ist. Kritik wird mit Existenzvernichtung bestraft, Staffelpreise entsolidarisieren die Lieferanten, Direktvermarktung wird behindert und bestraft und Funktionäre mit üppigen und geheimen Entschädigungen decken das alles in Molkereien, die so groß und komplex sind, dass sie in der Regel überhaupt nicht mehr verstehen, wie sie funktionieren.

Vor diesem Hintergrund war es auch an der Zeit das Projekt zu beenden, um nicht einen Anschein aufrechtzuerhalten, der so nicht stimmt. In Wirklichkeit brauchen wir eine völlige Neuorganisation des Milchmarktes über die ganze Wertschöpfungskette, die jedoch nicht absehbar ist.

Abschließend bleibt aber ein positives Resümee.

Wir durften selber erleben, welch emotionales und wichtiges Produkt die Milch ist. Mit allen Partnern, mit denen wir zusammengearbeitet haben, war es ein gegenseitig sehr korrektes und wertschätzendes Miteinander. Egal, ob es die Abfüller Molkerei Seifried, Molkerei Pinzgaumilch oder die Handelskette Spar, Firma Pfeiffer und alle anderen Vertriebspartner waren. Nie wären wir jedoch so weit gekommen, wenn nicht hunderte Bäuerinnen und Bauern neben ihrer vielen Arbeit am Hof so viel und so tolle Werbung für die faire Milch gemacht hätten. Allen ein großes Dankeschön für ihren Beitrag!

Wir haben ganz tief in das „System Milch“ hineingesehen wie kaum jemand anderer. Gemeinsam mit verantwortungsvollen Politikern könnten wir diese Expertise und große Erfahrung nutzen, die Milchwirtschaft neu aufzustellen. Corona hat gezeigt, wenn man sich von unabhängigen Experten beraten lässt und die Erkenntnisse verordnet, wie schnell man Leben und Wirtschaft verändern kann.

Wir sind bereit!

eh

Rückblick – Ein besonderer Moment

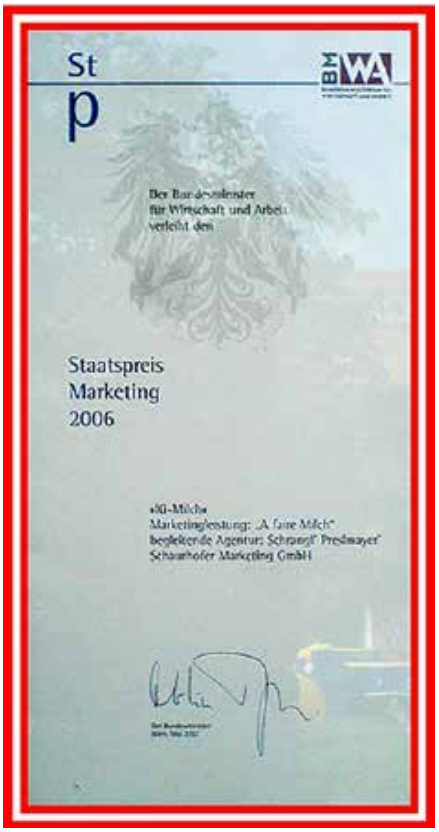
Staatspreis Marketing 2006 für die IG-Milch – „A faire Milch“

Ein besonderer Höhepunkt in der bisherigen Arbeit der IG-Milch war die Verleihung des Staatspreises Marketing 2006 für die Kampagne des Projektes „A faire Milch“. Hier nochmals die Begründung (Originalrede bei der Verleihung) durch den Vorsitzenden der Jury, Univ.-Prof. Dr. Fritz Scheuch, Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Marketing-Management.

Freude über den Staatspreis Marketing 2006. Von links: Grünzweil, Zeller (die Moderatorin des Abends), Univ.-Prof. Scheuch und Halbmayr. Foto: IG-Milch

„Wir freuen uns unendlich über dieses Projekt und diese Einreichung und über das Ergebnis der Jury, das sehr eindeutig war und schon in der Vorjurierung einen Top-Platz hatte. Jetzt könnte man sagen, Marketing muss man verkaufen und es ist gelungen, von dieser „Super-Milch“ – dieser fairen Milch – von einem Anfangsverkaufserfolg von 15.000 Liter in der Woche auf 100.000 Liter zu steigern – steigern in wenigen Monaten. Eine Zeit lang war die Jury auch versucht zu sagen, der Erfolg beruht möglicherweise darauf, dass man es mit Red Bull verwechselt hat und dass hier eine neue Produktlinie präsentiert wurde. Aber in Wahrheit haben wir sehr lange diskutiert und ein paar Gründe herausgefunden, die uns bewogen haben, vor all den anderen grandiosen Einreichungen den Staatspreis heuer der IG-Milch zu geben. Und wenn sie mir jetzt ein paar Minuten zuhören, wäre ich ihnen dankbar, denn ich glaube, es sind nützliche Überlegungen.

Das Erste, was uns bewegt hat, ist hier eine Marketingkampagne, deren Hintergrund eine Werte-Erhaltung hat. Wir sind der Meinung, dass in einem liberalen Wirtschaftssystem Werte notwendig sind, um Entwicklungen, die nicht wünschenswert sind, zu regulieren und zu steuern. Aber wenn es geht, nicht mit dem Eingreifen des Gesetzgebers, sondern mit den Instrumenten des Marketings. Das ist ja etwas, was unserer Denke sehr entspricht, das unserem Land auch sehr entspricht, wenn auch der Gesetzgeber gelegentlich ein wenig Amok läuft. In diesem Fall ist es gelungen, mit den Gesetzen des Marketings und den Marktreaktionen und des Konsumentenverhaltens etwas in Gang zu setzen, was eine faire Haltung zur Bevorzugung einer Bevölkerungsgruppe, die uns wichtig ist: Das sind die österreichischen Landwirte und Milchbauern. Das Thema Fair, fairer Handel, ist ein großes Thema. Es ist ein Thema, das weit über Österreich mittlerweile hinausgeht, es ist hier in einer nationalen, österreichischen Initiative perfekt aufgegriffen und umgesetzt worden.



Das Zweite, was mich bewegt, und das bewegt mich als Universitätslehrer. Weil mich manche fragen, auf was beruht denn Marketing-Erfolg in der heutigen Zeit? Da muss es doch ganz einfache Regeln, Gesetze und For-

Fortsetzung auf Seite 8

Fortsetzung von Seite 7

schungsergebnisse geben. Man muss nur an ein paar Schräubchen drehen und dann ist die Wirkung schon da. Ein bisschen mehr Werbedruck und dann wird es schon gehen. Die werden dann schon begreifen, dass sie es brauchen sollen, es ist gut für sie.

Eine Antwort darauf ist, es gibt in aller Regel die Komplexität der Marktsituationen nicht mehr wieder. Es ist nicht so einfach an einem Schräubchen zu drehen. Man muss meistens sehr viele Interessenslagen, auch sehr viele widersprüchliche Interessenslagen bewältigen.

Und diese Initiative der fairen Milch und die der Interessensgemeinschaft bewegt sich in einem Umfeld von Genossenschaften. Es gibt ja auch andere, die Milch vermarkten und nicht ohne Erfolg und die das möglicherweise gar nicht so gerne sehen, was hier vor sich geht. Vielleicht sollten sie näher hinschauen und daraus etwas lernen!

Es bewegt sich in einem Umfeld von über 6.000 Mitgliedern. Eine Organisation mit so vielen Individualisten auf die Reihe zu bringen ist keine Selbstverständlichkeit. Es bewegt sich in einem landwirtschaftlich politischen Raum, der EU heißt. Um all das zu bewältigen, mit einer Kampagne, mit sehr großem Erfolg, die noch dazu so viel Ausstrahlungskraft hat, das möglicherweise noch vervielfältigt wird, auch in anderen Ländern. Nicht nur in Österreich allein bleiben wird – wer weiß, was noch alles daraus entsteht? Also, der Umgang mit Komplexität und mit unseren österreichischen und europäischen Marktbedingungen, in einer solchen Weise, hat uns beeindruckt.

Und zu guter Letzt muss man schon sagen: Hier ist Marketing in perfekter Form, auch handwerklich, gemacht worden. Es ist ein gutes Produkt da, es ist eine Marke kreiert worden. Es ist, das bitte ich Sie doch zu bedenken, die Distributionsproblematik gelöst worden. Es gibt nämlich nur mehr eine große Kette, die nicht dabei ist. Alle anderen haben das Produkt gelistet und aufgegriffen. Und das ist ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg, aber wahrlich keine Selbstverständlichkeit. Und wer schon versucht hat, ein Produkt im österreichischen Handel zu platzieren, möchte oder schon einmal wollte, der weiß, dass es keine Selbstverständlichkeit ist.

Es ist gelungen, eine Preispositionierung zu bewerkstelligen und durchzusetzen, die ja deutlich höher ist als unsere sonstige Milch, die ja auch gute Milch hier auf dem Markt ist. Und der Vorteil dieser Preispositionierung kommt den Produzenten zugute.

Und mit diesem Erfolg ist eine Gegenentwicklung da, zur Eigendynamik eines Marktes, in dem sonst „Geizhalsigkeit“ ist und wo die Kollateralschäden, die daraus entstehen können, möglicherweise nicht wünschenswert sind. Nicht in einem Kulturland und Landwirtschaftsland wie es Österreich ist. Es ist ja nicht nur eine Industrie da, wir haben ja auch andere wertschöpfende Bereiche.

Es ist auch gelungen, den Konsumenten wirklich zu treffen. Marketing ist immer erfolgreich, wenn der Konsument im Kopf und im Bauch getroffen wird. Er muss spontan merken: Hier ist etwas Wertvolles unterwegs, ich handle richtig. Es ist einfach okay, was ich hier mache. Ich möchte diese Milch, weil sie gut ist und zweitens noch etwas „Gescheites“ ist. Für mich, das Unternehmen, die Interessensgemeinschaft und auch für unser schönes Österreich. Sie dachten nicht einen Bruchteil von Sekunden, dann ist Kommunikations-Erfolg sichergestellt. Und wenn alles andere stimmt, dann ist Marketing-Erfolg sichergestellt. Und das ist der Grund, warum ein Staatspreis für Marketing für diese außergewöhnliche Arbeit verliehen wurde.
Danke!“

Diese Worte von Univ.-Prof. Dr. Fritz Scheuch im Jahre 2007 sind auch heute noch Motivation für die IG-Milch, sich für die Belange der Landwirte einzusetzen. Fairness im gemeinsamen Handeln ist das Ziel. Fairness zwischen Produzenten und Vermarktern, Fairness zwischen Bauern und Konsumenten und nicht zuletzt Fairness innerhalb der Landwirtschaft weltweit.

Beim Staatspreis 2006 konnte sich die IG-Milch gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen. In der Endrunde mit dabei waren der REWE-Konzern mit „Ja! Natürlich Naturprodukte“, die Kurier RedaktionsgesmbH & Co. KG mit dem Relaunch der Tageszeitung, die Wiener Städtische Versicherungs AG mit einer Kampagne im Bereich Lebensversicherungen sowie die XXXLutz HandeslgmbH mit „Vom Möbelladen zum zweitgrößten Möbelhändler der Welt“.

Die IG-Milch konnte sich also beim Staatspreis Marketing 2006 gegen ganz große Player in der österreichischen Wirtschaft durchsetzen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor war auch die Begleitung dieser Kampagne durch die Linzer Agentur „Schrangl Preslmayer Schaurhofer Marketing GmbH“. Verliehen wurde der Staatspreis im Mai 2007 vom damaligen Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.

Arbeitskreise Regionalwert-Gemeinschaft

Als wir bei der letzten Jahreshauptversammlung unser Zukunftssymposium abgehalten haben, waren wir von der Resonanz und vom Engagement positiv überrascht. In der konkreten Umsetzung der Arbeitskreise wurde uns schnell bewusst, dass wir hier einen externen Projektkoordinator benötigen, um die Themen konkret in die Umsetzung zu bringen. So kamen wir mit Ferdinand Kaineder in Kontakt und wir vereinbarten eine Zusammenarbeit und begannen mit der Arbeit. Dann kam Corona. Keine Versammlungen, Notverordnungen, Ausgangsbeschränkungen, Verhaltensregeln, … Wir arbeiteten mit Bildschirmkonferenzen weiter und uns wurde bewusst, dass wir die Umsetzung anders durchführen müssen. Nicht unzählige Arbeitskreise, Gasthausveranstaltungen und Tagungen, sondern die Entscheidungsträger überzeugen, dass wir neue Konzepte und neue Initiativen brauchen. Nur so können wir den ländlichen Raum erhalten und wiederbeleben. Es muss uns gelingen, mit anderen Organisationen und Bündnispartnern die Entscheidungsträger zu überzeugen. Früher versuchten wir von unten mit Basisbewegungen das System zu verändern. Die Erfahrungen der IG-Milch und die Corona-Krise haben uns gezeigt, dass auch hier neue Wege und Strategien bestritten werden müssen. Darüber werden wir mit euch bei der Jahreshauptversammlung diskutieren.

eh

Werbemittel-Verkauf

Bei der heurigen Jahreshauptversammlung werden folgende Artikel abverkauft:

„A faire Milch"-Gläser-Aktion
6er Packung, Normalpreis € 10,–/Packung
Aktions-Preis: € 5,–

Außerdem gibt es noch Baseball-Kappe, T-Shirt, Hut, Tafel, Autoaufkleber, Anstecker, Plüschfaironika, …

Bei größerem Bedarf bitte im Büro anmelden.

Werbung

Genossenschaftsobmann wird auch Aufsichtsratsvorsitzender!

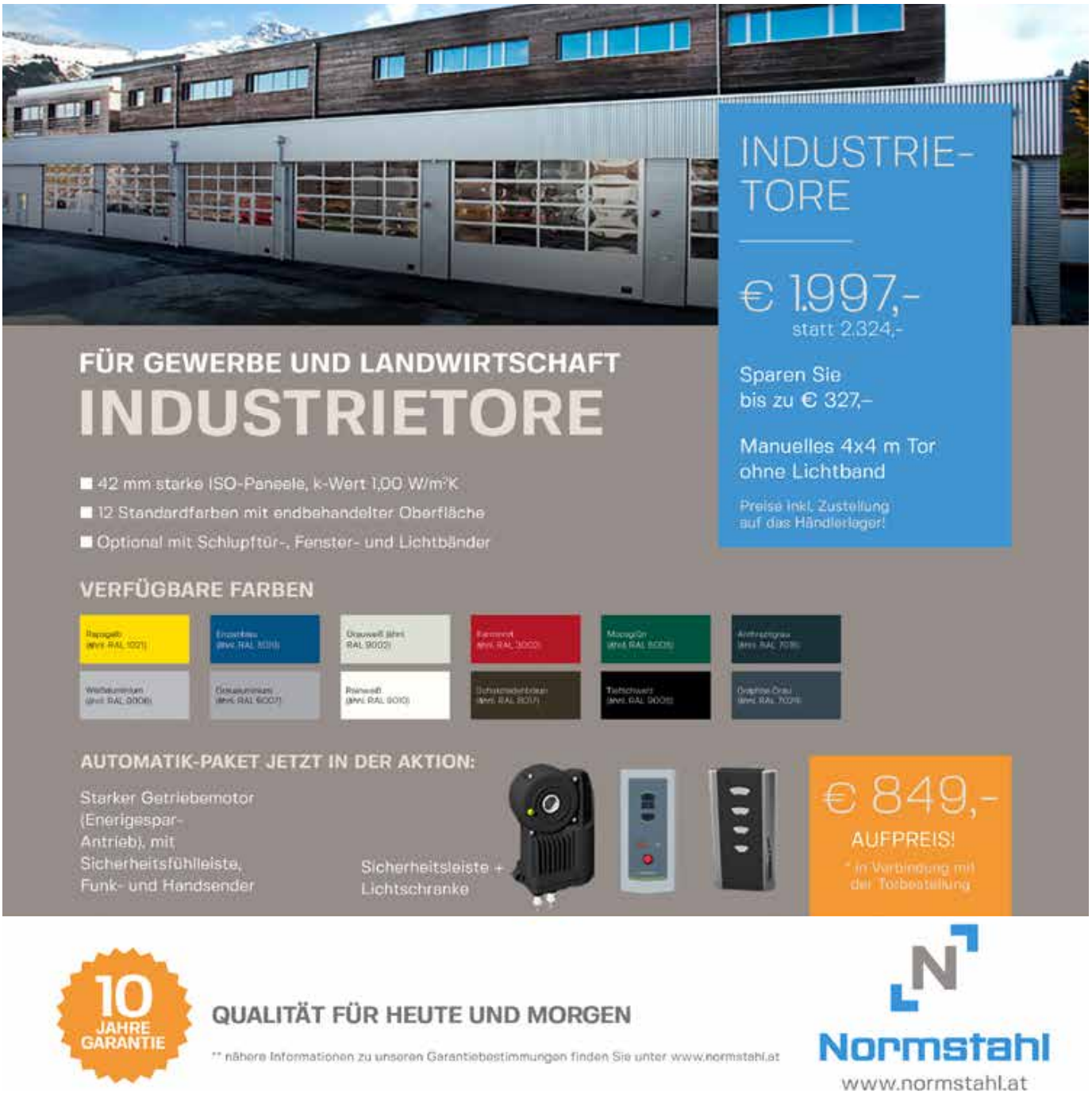
„Das Genossenschaftssystem ist komplett hin“

Neue moderne Unternehmensstruktur hieß es vor einigen Wochen in den Medien. Eine Aussendung der Salzburg Milch ließ aufhorchen. Es wurde von einer Fusion der drei Eigentümergenossenschaften berichtet. Und der Höhepunkt der Meldung war für mich unglaublich und ich traute meinen Augen nicht. Der Obmann der Salzburger Alpenmilch Genossenschaft, wie sie jetzt heißt, ist auch der Vorsitzende des Aufsichtsrates.

Genau jener Obmann, der mich im März 2018 zu erpressen versuchte. Wir waren in den Vorbereitungen für unsere Fahrt nach Wien. Anlass war, wie ihr wisst, der 200. Geburtstag von Friedrich Wilhelm Raiffeisen.

„Zusatzvereinbarung“ wegen meiner Bekanntheit

Ich hatte ja eine sogenannte „Zusatzvereinbarung“ zu meinem Milchliefervertrag. In benannter „Vereinbarung“



Werbung

stand: Aufgrund der Bekanntheit und Medienpräsenz vom Herrn Grünzweil behält sich die Salzburg Milch GmbH für den Fall, dass durch öffentliche Aussagen oder Aussendungen die Herr Grünzweil zu verantworten hat, der Ruf oder die Geschäfte der Salzburg Milch und/oder deren Eigentümer geschädigt wird, ein fristloses Kündigungsrecht des Liefervertrages zum jeweils folgenden Monatsletzten vor." Der neue und alte Obmann rief mich an und sagte zu mir: „Ich möchte dich an unsere Zusatzvereinbarung erinnern. Mit einer Fahrt nach Wien riskierst du, dass wir sie ziehen müssen." Ich entgegnete: „Ich vergess die Zusatzvereinbarung sicher nicht. Denn dieser Tag war der schwärzeste und demütigendste in meinem Leben. Jeder Mensch sollte im Leben das tun, wobei es ihm gut geht. Wenn es euch besser geht, wenn ihr bei mir die Milch nicht mehr abholt, dann müsst ihr das tun." Meine Milch wurde bekanntlich bis 6.12.2019 abgeholt. Das Milchauto kam noch zweimal umsonst. Ich hatte es dem Obmann am 5.12.2019 persönlich gesagt, dass bei mir keine Milch mehr abgeholt zu werden braucht.

Bruder vom Geschäftsführer wird Obmann!

Ich dachte, die skurrile Situation bei der Salzburger Alpenmilch wäre nicht mehr zu überbieten. Weit gefehlt! Ein paar Tage später ging folgende Meldung durch die Medien: Brüderpaar an der Spitze der Kärnten Milch. Der ältere Bruder des Geschäftsführers und VÖM-Präsidenten wurde zum Obmann gewählt. Er sieht nach eigenen Angaben darin kein Problem oder gar Vetternwirtschaft. Privates und Geschäftliches werden strikt getrennt. Laut Genossenschaftsgesetz ist dies alles zulässig, aber die Optik ist doch mehr als schief. In Zeiten einer Commerzialbank Mattersburg, übrigens auch eine Genossenschaft, in der jegliche Kontrolle versagt hat, sehen die Funktionäre und Delegierten, alles Bäuerinnen und Bauern, in solchen Konstellationen aber scheinbar kein Problem. Dass solche Funktionärskonstellationen im Genossenschaftssystem überhaupt möglich sind, zeigt den riesigen Reformationsbedarf und wie kaputt dieses System von Grund auf ist.

Nachdem ich das Geschriebene noch mal durchgelesen und darüber nachgedacht habe, kam mir folgender Gedanke in den Sinn: In einem System, wo Sittenwidrigkeit und Sippenhaftung an der Tagesordnung stehen und wo keine Behörde, auch nicht die Bundeswettbewerbsbehörde, Grund zum Eingreifen sieht, sind solche Zustände ja normal. Warum rege ich mich dann auf? Weil ich mich nie daran gewöhnen werde. Darum rege ich mich auf.

Ewald Grünzweil

Trumag – der Spezialist für unsere Landwirtschaft

Als innovativer Hersteller beschäftigt sich die oberösterreichische Firma Trumag vorwiegend mit der Maschinenproduktion für mittlere Betriebsgrößen in der alpenländischen Landwirtschaft.

So wird der Kurzschnittladewagen ROBOT von 16 – 28 m³ gefertigt und ist als Tieflader auch absolut hangtauglich.

Doch nicht nur mit dem bewährten Ladewagen wurde das Vertrauen der Kunden erobert. So finden sich in der Produktpalette auch Siloentnahmegeräte, vom großen Fräswagen SILOBULL mit 5 m³, über SILOFOX mit 2,8 m³ bis hin zur kleinsten Entnahmefräse, der SILOMAUS 5, mit 1,6 m³ Schaufelvolumen und 3-Punktanbau.

Die SILOMAUS 5, hat bereits 25 Jahre Entwicklung hinter sich und arbeitet nunmehr mit einer Effizienz, die nicht nur Kleinbetriebe vollauf zufrieden stellt. Mit Ihrem speziellen Fräswerkzeug entnimmt sie nicht nur spielend Mais, sondern fräst auch lange Grassilage problemlos bis zu 3,4 m Höhe.

In der Rundballentechnik bietet Trumag den Rundballentransportwagen mit einer Ladekapazität von bis zu vier Ballen, die er selbstständig aufnehmen kann. Die Rundballen werden sowohl schonend aufgenommen, als auch wieder abgelegt, daher können diese auch jederzeit fertig gewickelt transportiert werden. Zur Rundballen-Futtervorlage gibt es den ROTOFEED. Dieser eignet sich hervorragend zum Auflösen und Verteilen von Siloblöcken und Quaderballen. Gerne findet er auch Verwendung als Verteilwagen für Betriebe mit Kranbeschickung.

INFORMATIONEN dazu erhalten Sie unter Tel.: +43/7755/20088 oder werfen Sie einen Blick auf unser Produktvideo.
Zu finden auf der Homepage www.trumag.at

Werbung

Einblick in die Realität der heimischen Landwirtschaft

Kommentar eines Konsumenten

Ich bin ein bewusster Konsument und schätze Bioprodukte als Mindeststandard. Bin ein „Bauernkind“ und kenne die Probleme der Landwirtschaft aus der Sicht dieses Familienbetriebes. Den Betrieb gibt es heute nicht mehr. Ich habe Wirtschaftspädagogik und Musik (Klarinette) studiert und ein Doktorat im Bereich Wirtschaftsgeschichte. Ich arbeite selbstständig, was ich nicht genauer ausführen kann, weil ich momentan „nur“ private Studien mache.

Als Kunde eines „Bio-Bauern“ meines Vertrauens interessiert mich in erster Linie, wie er seine Produkte produziert und ob mir der Hof als Ganzes stimmig erscheint. Dort, wo ich dann kaufe, ist das der Fall. Die Rolle des Bauern in der Innensicht bleibt mir normalerweise eher verborgen. Bei regelmäßigen Einkäufen und Gesprächen entstehen aber Einblicke, wo mir unerwartet und völlig unverständlich etwas bewusst wurde: eine große Sorge der Familie, die mir keine Ruhe mehr gelassen hat. Die Familie und einige andere Bauernfamilien in der Region liefern ihre Bio-Rohmilch an eine Molkerei und bekommen dafür seit Jahren einen Preis, der unterhalb des Preises für konventionelle Milch liegt. Ich fing an zu hinterfragen.

Wie ist das möglich? Welche Konflikte der Vergangenheit (z. B. in Bezug zur Mitgliedschaft bei der IG-Milch) sind damit verbunden? Was sagen die politischen Vertreter dazu? Wie stehen andere Bauern dazu? Es sind jetzt mehr als 3,5 Jahre vergangen und ich möchte ein Resümee ziehen. Die Sache konnte bisher nicht geklärt werden! Einerseits ist der „Abholer“ in dieser Region Monopolist, andererseits wirken offenbar Konflikte der Vergangenheit in Bezug zur Mitgliedschaft bei der IG-Milch. Das ist mir unverständlich, weil sich die betroffenen Bauern in der Öffentlichkeit nie politisch geäußert haben. An ihnen wird offenbar ein Example statuiert, wodurch den Betrieben aber langfristig ihre wirtschaftliche Existenz entzogen wird.

Der Aufsichtsratsvorsitzende der Molkerei, ebenfalls ein Landwirt, hat mir in einem Gespräch bestätigt, dass es nicht möglich ist, einen Biohof auf dieser Basis langfristig zu führen. Dem entsprechend sei er der Meinung, jeder Biobauer sollte auch Biomilch liefern können. Gespräche mit politischen Vertretern zeigten, dass sie durchwegs der Meinung

Werbung

seien, sie könnten der Molkerei nicht vorschreiben, wer zu welchen Bedingungen liefert.

Es scheint dabei ein fehlendes Bewusstsein für Monopole zu geben: Einerseits entwickelt sich der Bauernbund zu einem politischen „Vertretungs-Monopol“ andererseits ist die Molkerei in dieser Region ein Monopol. Das heißt, dass sich jeder Bauer darauf verlassen muss, dass für seinen Betrieb existenzielle Grundlagen nicht in Frage gestellt werden. Auch wenn er z. B. Mitglied der IG-Milch oder einer anderen Bauernvertretung ist oder war. Sowohl der politisch dominierende Bauernbund wie auch die Molkerei-Genossenschaften sind gefordert, diese Voraussetzungen für alle zu schaffen.

Ein „Jungbauer“ muss einige Parameter checken, bevor er sich entschließt, den Betrieb zu gründen oder weiter zu führen. Bei den betroffenen Bauern ist sogar ein Jungübernehmer dabei, der nie Mitglied der IG-Milch war und auch der „Bio-Bauer meines Vertrauens“ ist ein junger Mann mit Frau und zwei Kindern im Volksschulalter. Sie vertrauen sogar jetzt noch darauf, dass ihre Investitionen und die Unterstützung der EU bzw. des Staates in ihrem Betrieb gut angelegt sind. Die Höfe wurden erneuert, umgebaut und neu aufgestellt. Die Investitionen müssen dann über mehrere Jahrzehnte wieder verdient werden.

Wer dann das „Recht“ verliert, Bio-Milch zu liefern, ist in einer Falle gelandet, die den Familien langfristig große wirtschaftliche Sorgen bereitet. Über Einzelschicksale spricht die Politik nicht gerne bzw. über die Emotionen, die durchgestanden werden. Wenn das (aus meiner Sicht) Unrecht nicht aufgehoben wird, müssen die Höfe schließlich irgendwann geschlossen werden bzw. die Kinder der Familien können den Hof nicht weiterführen und der Jungübernehmer wird scheitern.

Andere Nutzungen sind wirtschaftlich kaum vorstellbar bzw. rentabel, Selbstvermarktung stößt schnell auf Grenzen, weil selbst die „Selbstvermarkter“ zusätzlich meist „normale“ Verträge mit Molkereien haben. Auch die Arbeitskraft reicht oft nicht, um zusätzlich noch Marketing und Vertrieb aufzubauen.

Schließlich möchte ich noch zwei Ebenen unterscheiden, die mir schmerzlich bewusst geworden sind. Erstens war es mir nicht möglich, mittels vielen Gesprächen mit Bauern, politischen Vertretern und Verantwortlichen der Genossenschaft Verständnis für das große Problem dieser Einzelfälle zu wecken. Zumindest steht eine Lösung noch aus. Zweitens gibt es viele kleinere Probleme im System, die genossenschaftlich gelöst werden müssten. Es fehlt offensichtlich die Fähigkeit, diese existenziellen Probleme, die unbedingt „jetzt“ gelöst werden müssen, von kleineren Problemen zu unterscheiden. Die Familien, die den Grund für meinen Kommentar liefern, zahlen die Rechnung dafür. Ein „kleineres“ Problem, welches mittelfristig ansteht, möchte ich abschließend erwähnen. Es entsteht in den Molkereien zunehmend eine Struktur, wo zwischen Mitgliedern und sonstigen Milchproduzenten unterschieden wird. Nur die Mitglieder erzielen in den Molkereien den Marktpreis, die anderen müssen einige Cent Abschlag pro kg Rohmilch in Kauf nehmen.

Dazu ein abschließender Gedanke: Es wäre wichtig für alle Bauern, nicht die Preise zu drücken, sondern genossenschaftlich Bereiche zu schaffen, wo die Konsumenten bereit sind, einen angemessenen Preis zu bezahlen. Schließlich sollten Bauern immer öfter Preise über den sowieso (zu) knappen „Marktpreis“ erreichen, um die Qualität zu sichern und um Innovationen zu schaffen. Dann sind die Bauern und Molkereien gefordert innovativ zu sein und die Idee der Genossenschaft auf eine höhere Ebene zu stellen.

Dr. Josef Breinesel, 4360 Grein

Werbung

Werbung

Teuer erkaufte Exporterfolge

Ich kann es schön langsam einfach nicht mehr hören. Vor Kurzem gab es eine neuerliche Erfolgsmeldung: Milchwirtschaftlicher Außenhandel trotz Corona-Krise gestiegen. Da wurde ich trotzdem wieder neugierig. Es war eine Aussendung der VÖM (Verein der österreichischen Milchverarbeiter). Die milchwirtschaftlichen Exporte vom ersten Halbjahr betrugen 652 Millionen Euro. Wichtigstes Außenhandels-Produkt ist weiterhin der Käse. 78.000 Tonnen wurden um 329 Millionen Euro exportiert. Rechnet man hier einen Kilopreis aus, kommt man auf sage und schreibe etwas über 4 Euro für den fertigen Käse. Nach Verarbeitung, Verpackung, Transport… – man braucht dazu wohlgemerkt 10 Liter Milch. Wie soll da jemals bei den Bäuerinnen und Bauern ein faires Milchgeld ankommen, wenn hier ein Fünftel der österreichischen Milch um solche Preise verscherbelt wird. Diese Export-Erfolge sind teuer erkauft. Nichts ist so teuer wie billige Milch. eg

Exportförderung sorgt für Löcher im Brieftascherl der Bauern. Foto: pxhere.com

Was da wohl rauskommen mag?

Das ist eine berechtigte Frage, wenn die VÖM (Verein österreichischer Molkereien) und die Landwirtschaftskammer Österreich eine Sektorstudie Milch in Auftrag gibt. Die Beauftragten sind, und ich muss beim Schreiben dieser Zeilen schmunzeln, man höre und staune der Raiffeisen Verband und die LK Österreich. Landwirtschaftsministerium und Bauernbund dürfen in diesem Reigen natürlich nicht fehlen. Wenn uns jemand fragen würde, wäre die Antwort ganz einfach: Setzt unser Basis- und Richtungsmanifest um. Dann würde sich vieles in der Milchproduktion zum Guten wenden. Ich würde die Wette darauf wahrscheinlich verlieren, aber die Hoffnung stirbt bekanntlich zuletzt. eg

Werbung

Werbung

Tabuthema Suizid

Vor ca. zwei Jahren hat mir jemand ein Buch von der jungen Journalistin Saskia Jungnikl mit dem Titel „Papa hat sich erschossen“ gegeben. Ich begann zu lesen und konnte trotz der tragischen Geschichte nicht mehr aufhören. Mir wurde bewusst, welche Tragödie und welch dramatischer Einschnitt das in einem Leben ist, wenn in der Familie so etwas passiert. Gleichzeitig wurde mir bewusst, wie stark dieses Thema auch die Landwirtschaft betrifft. Von Anfang an in der Geschichte der IG-Milch war es Bestandteil unseres Vereins. Von Vorarlberg bis ins Burgenland, im Vorstand, bei weiteren Mitgliedern, bei Nachbarn und in der eigenen Familie. Aber es ist nicht nur alleine eine Tragödie in Österreich, vielmehr ist es ein weltweites Phänomen. Die Suizidrate in der Landwirtschaft ist überdurchschnittlich hoch. In Indien liegt sie bei 12.000 im Jahr, in Frankreich bei 600, in Österreich gibt es dazu keine Unterlagen. Als ich eine ORF-Journalistin auf das Problem hinwies und sie zu recherchieren begann, war sie verblüfft, wie alle gemauert haben. Weder die Statistik Austria, noch die Sozialversicherungsanstalt der Bauern haben dazu Zahlen. Zumindest behaupten sie das.

Seit heuer bin ich auch selbst betroffen. Mein Schwager hat keinen anderen Ausweg gesehen, als sein Leben selbst zu beenden. Es war eine Lebensgeschichte, wie sie oft vorkommt: Übernahme des Betriebes, Heirat, Familiengründung, Aufbruchsstimmung, Ausbau des Betriebes. Dann aber: wirtschaftliche Rückschläge, Streit in der Familie, Frustration über die schlechten Preise, keine verständnisvollen Gesprächspartner, Selbstisolation – Selbsttötung. Hilflose Angehörige, viele offene Fragen: Hätte man es verhindern können? Hätte man selber etwas anders machen sollen? Hätte, hätte, hätte. Tatsache ist, dass sich immer noch die meisten schwer tun, darüber zu sprechen und es sich fast niemand eingestehen will, dass das Thema Suizid ein großes Problem in der Landwirtschaft ist und wie eine schwere Last auf dem Land liegt. Mich beschäftigt das Problem schon seit Jahren und ich wollte eigentlich schon lange einmal darüber schreiben. Doch jedes Mal, wenn ich mich hinsetzte und beginnen wollte, habe ich es wieder weggeschoben. Soll ich mir das antun? Rühre ich da etwas auf? Werde ich da missverstanden? Drückt das die Stimmung noch tiefer als sie schon ist? Sollen wir als IG-Milch uns diesem schwierigen Thema stellen? ...

Besonders beschäftigt hat mich diese Problematik auch mit dem Ende der Fairen Milch. Wenn man rückblickend sich vergegenwärtigt, welche Arbeit die Bäuerinnen und Bauern leisten, wie mit ihnen von den Molkereien und von der Politik umgegangen wird, wie das hochwertige Produkt Milch durch Überproduktion und Kartellpolitik entwertet wurde, muss man sich auch dem Thema Depression und Niedergang des ländlichen Raums stellen und es aufarbeiten. Die gehäuften Suizide in der Landwirtschaft sind der extreme Kristallisationspunkt einer negativen/bedrückenden Entwicklung. Wir müssen uns auch diesem Thema stellen, um die Dringlichkeit des Handlungsbedarfs zu erkennen und die richtigen Weichenstellungen zu finden. Wie es angegangen werden kann, hat uns die Corona-Krise gezeigt. Nicht in unzähligen Wirtshausversammlungen, nicht auf Freiwilligen-Basis, sondern von verantwortungsvollen Politikern und Politikerinnen im Dialog mit Betroffenen und Expertinnen und Experten ausgearbeitet, verordnet und umgesetzt.

Wir von der IG-Milch haben viele konstruktive und vernünftige Vorschläge erarbeitet. A faire Milch hat das Thema faire Preise öffentlichkeitswirksam verhandelt und dabei auch gezeigt, wie stark das Thema in Richtung ethisch korrekter Wertschöpfungskette weist. Das Milchmanifest und das Aufzeigen von Kartellen und damit verbundener Unterdrückung der Milchlieferanten sind wichtige Basisarbeit für eine Neuaufstellung der Landwirtschaft. 16 Jahre IG-Milch, 14 Jahre „A faire Milch“, 8 Jahre „Freie Milch“, unzählige Veranstaltungen, Treffen mit Organisationen, Politikern, Vermarktern und Verarbeiterinnen haben eine große Erfahrung und Kompetenz gebracht. Die IG-Milch ist immer dafür gestanden, nicht nur Fehlentwicklungen aufzuzeigen, sondern auch konkrete Vorschläge für eine notwendige Veränderung einzubringen. Bisher wurden wir dafür bewundert und gefürchtet, gemieden und gesucht. Vielleicht ist es jetzt so weit, durch ein gesellschaftliches Bündnis und die Einsicht, dass auch der ländliche Raum nicht vernachlässigt werden darf, die Erkenntnisse in eine neue Initiative ländlicher Raum umzusetzen.

eh

Werbung

Wünsche – Wirklichkeit

Hat Milchviehhaltung noch Zukunft – und wenn ja, welche?

Wissenschaft und Beratung haben von Landwirten jahrzehntelang die Steigerung von Produktivität und Effizienz und eine Ausweitung der Produktion gefordert. Von der Politik wurde dieses System intensiv durch Rahmenbedingungen gefördert. Die Senkung der Produktionskosten war DIE wichtige Voraussetzung rentablen Wirtschaftens. Bauern haben dies umgesetzt und als Ergebnis hat eine starke Spezialisierung und Industrialisierung der Betriebe stattgefunden. Heute stehen wir durch genau diese Umsetzung in der gesellschaftlichen Kritik: Missachtung der physischen und emotionalen Ansprüche unserer Tiere und Schädigung von Natur und Umwelt.

Viele Milchviehhalter haben das Gefühl, die Schlinge um ihre Hälse würde sich immer weiter zu ziehen. Finanziell und emotional. Die einen suchen den Ausweg in dem Ruf nach Reduzierung von bestehenden und geplanten Auflagen, durch die Produktion verteuert und damit internationale Wettbewerbsfähigkeit unmöglich gemacht wird.

Andere kapitulieren und schließen ihre Hoftore, weil sie nicht noch weiter „Eigenkapital verbrennen“ wollen und sie keine Aussicht auf Verbesserung der wirtschaftlichen Situation sehen.

Noch eine andere Gruppe belastet den Betrieb mit weiteren Investitionen und folgt dem bisherigen Weg der Steigerung von Effizienz, Produktivität und Produktionsausweitung. In der Hoffnung, endlich besser zu sein als der Nachbar und als die Kollegen weltweit. (Und in der Hoffnung, das Geldinstitut werde sie aufgrund des hohen Anteils an Fremdkapital auch in Zukunft nicht fallen lassen.)

Und dann gibt es die Gruppe derjenigen, die sowohl Mut als auch die finanziellen Voraussetzungen als auch die geeigneten Voraussetzungen haben, in eine Nische zu wandern und dort zu investieren: Selbstvermarktung, Bio, Ferien auf dem Bauernhof und anderes mehr.

Bis jetzt habe ich vor allem über die ökonomischen Belastungen der Betriebe und damit in den meisten Fällen der sie bewirtschaftenden Familien gesprochen. Was aber ist mit der seelischen Belastung – wie gehen die Menschen auf den Höfen mit der steigenden gesellschaftlichen Kritik um – wie blicken sie selbst auf ihr eigenes Handeln?

Wer traut sich überhaupt kritisch auf das eigene Handeln zu schauen – in dem Wissen, finanziell nicht annähernd in der Lage zu sein, maßgebliche Dinge auf dem Betrieb ändern zu können? Denn seien wir mal ehrlich, eine Milchpreiskrise folgt der nächsten, kostendeckende Preise sind bei der nationalen, europäischen und weltweiten Lage für sehr viele Betriebe in absehbarer Zeit NICHT zu erreichen. Was bedeutet das für uns Milchbauern, was bedeutet das ganz konkret für mich? Was bedeutet das angesichts eines steigenden Angebotes für Milchersatzprodukte und wachsender Kritik am hohen Fleischkonsum in den westlichen Ländern?

Ich sehe die Zukunft für die Milchbauern kritisch, wenn wir nicht sehr schnell etwas ändern. Mit all den Folgen, die ein weiteres Höfesterben für unsere ländlichen Regionen haben wird. Mit den Folgen für die Kreisläufe, in denen wir Menschen leben könnten – Tiere können Grünland (welches nicht als Ackerland geeignet ist) in wertvolle Lebensmittel für uns Menschen wandeln. Der Verzicht auf „tierische“ Lebensmittel ist für mich daher keine Option.

Ich denke aber, Milchviehhaltung wird nur dann eine Zukunft haben, wenn

- Milchkühe vor allem auf Grünland gehalten werden und hauptsächlich mit Gras gefüttert werden

AGRODirect
prompt - preiswert - zuverlässig
jetzt online bestellen - einfach und direkt!
office@agrodirect.at
Tel.: +43 676 84 23 56 600
www.agrodirect.at
Werbung

- vielen Tieren zumindest zeitweise Weidegang ermöglicht wird
- sich der Kraftfuttereinsatz verringert und „natürliche“ Futterkomponenten eingesetzt werden
- Kälber von ihren Müttern oder kombiniert mit Ammen großgezogen werden
- Kälber nicht mehr enthornt werden
- die Transportwege zur Schlachtung minimiert werden
- sehr gute Bedingungen auf den Schlachthöfen herrschen
- die Milchleistung der Kühe verringert und der Gesundheitsstatus verbessert wird
- der Verdienst über Milch, Fleisch und Naturschutzleistungen ausreichend ist für eine faire Entlohnung von Fachkräften auf den Höfen
- Mastverfahren für Bullkälber entwickelt und honoriert werden, die eine tiergerechte Haltung von Masttieren ermöglichen.

Wenn ich drei Wünsche für die Zukunft auf unserem Hof frei hätte, dann wären dies

- mutter-/ammengebundene Kälberaufzucht
- Kugelschuss auf der Weide
- Aufzucht unserer Mastkälber bis zu einem Alter von etwa 9 Monaten auf unserem Hof.

Ich bin jetzt 56 Jahre alt. Einiges haben wir in den letzten Jahren auf unserem Hof umsetzen können. Ich mag mich nicht damit abfinden, dass sich nicht noch mehr verändern könnte. Eines ist dabei aber sicher – alleine schaffen wir Bauern das nicht! Es braucht einiges an politischem Engagement, damit Politik, Verbraucher, Wissenschaft, Beratung auch ihren Teil dazu leisten.

Warum melkst du Kühe?

Das bin ich in letzter Zeit öfters gefragt worden.
Weil mich der Anblick von weidenden Kühen, der typische Kuhgeruch und das sanfte Wesen dieser großen Tiere heute noch genauso positiv berührt wie vor 50 Jahren. Dazu gekommen ist die Faszination, die Kühe eifrig ihr Gras rupfen zu sehen, ihre Ruhe zu spüren, wenn sie dem Gras beim Wiederkauen nochmals ihre Aufmerksamkeit schenken und dann anschließend aus dem für uns ungenießbaren Gras ein hochwertiges Lebensmittel machen.
Kühe sind robuste Tiere und hart im Nehmen. Damit die Arbeit mit ihnen Freude macht, müssen sie fürsorglich betreut werden. In einer Herde zu arbeiten, in der es vielen Tieren nicht gut geht, kann man auf Dauer nicht aushalten. Das merken immer mehr Bauern und Bäuerinnen. Und ich habe den Eindruck, es sind vor allem die Bäuerinnen, die dies nicht nur realisieren, sondern auch aussprechen. Ein großes Hindernis, sich der Ursachen bewusst zu werden, warum es einer Herde nicht gut geht, ist oft das Wissen, diese Ursachen nicht in absehbarer Zeit beseitigen zu können.Der finanzielle Handlungsspielraum und damit auch die Belastbarkeit der Tierhalter ist auf vielen Höfen viel zu oft schon ausgereizt. Permanent niedrige Milchpreise ziehen die Schlinge immer weiter zu. Häufig bleibt keine Zeit und kein Raum mehr um das zu genießen, was die Arbeit und das Leben mit Kühen eigentlich ausmacht. Ich finde, das sollte sich ändern.

Diese beiden Texte stammen von Kirsten Wosnitzas Homepage www.diskuhsion.com. Dort nimmt sie immer wieder zu verschiedenen Themen Stellung.

Zur Person Kirsten Wosnitza

Kirsten Wosnitza ist leidenschaftliche Milchbäuerin aus Deutschland. Am Land aufgewachsen, war es immer ihr Traum ein Leben in der Landwirtschaft zu führen und mit Tieren zu arbeiten. In Nordfriesland, unweit der dänischen Grenze, bewirtschaften sie und ihr Mann einen konventionellen Hof mit 120 Milchkühen und deren Nachzucht. Ihre Steckenpferde sind die intensive Weidehaltung und ein hohes Lebensalter der Kühe. In den letzten Jahren hat sie sich ehrenamtlich im Bundesverband Deutscher Milchviehhalter BDM e.V. für eine zukunftsfähige Milchviehhaltung engagiert und auch auf verschiedensten Veranstaltungen Reden gehalten. Auf ihrer Homepage www.diskuhsion.com schreibt sie: „Landwirtschaft und Gesellschaft gehören zusammen. Wir wollen Gräben überbrücken und mit Ihnen über neue Wege disKUHtieren“.
Auf diesem Weg sucht sie nach dem Verbindenden und nicht nach dem Trennenden und empfindet den Austausch mit den Bürgern als sehr bereichernd für die Arbeit und das Leben. Durch einen Austausch außerhalb der „eigenen Blase“ möchte sie dazu beitragen, dass Bauern

und Bürger sich nicht voneinander entfernen, sondern Verständnis füreinander gewinnen und sich gemeinsam für eine zukunftsfähige Landwirtschaft stark machen.

Percy Schmeiser mit 89 Jahren verstorben

Wir müssen uns von einem ganz besonderen Menschen und großen Kämpfer verabschieden. Percy Schmeiser, Ackerbauer aus Saskatchewan in Kanada, bewies nicht nur in seinem hartnäckigen Kampf gegen Monsanto Zivilcourage, sondern er war auch ein großartiger und bescheidener Mensch.

2008 – Percy Schmeiser besuchte die IG-Milch. Foto: IG-Milch

Percy Schmeiser erregte weltweites Aufsehen in seiner jahrelangen Auseinandersetzung wegen gentechnischer Verunreinigung seiner Ernte mit Monsanto-Saatgut. Der Konzern klagte bei ihm Lizenzgebühr ein, doch er wehrte sich. In den folgenden sieben Prozessjahren wurde er zu einer wichtigen Figur im Widerstand gegen Agrogentechnik.

Im Jahr 2008 beehrte uns der Alternativ-Nobelpreisträger mit einem Besuch der Veranstaltung zum Thema „Die Folgen der Gentechnik". Er teilte mit uns seine Erfahrungen und beeindruckte uns mit seinem Mut. Er hatte das Recht des Bauern auf sauberes Saatgut und das Recht der Menschen auf gesunde Lebensmittel verteidigt und zeigte auf, dass ein Nebeneinander von Gentechnik und traditioneller Landwirtschaft nicht möglich ist.

Wir sind dankbar, dass wir Percy Schmeiser kennenlernen durften und bedanken uns bei ihm und seiner Familie für seine wichtige Arbeit.

Waage am HYDRAC Frontlader – nie wieder Gewicht schätzen!

Mit der HYDRAC Wiegeeinrichtung für den Frontlader lässt sich nahezu alles direkt wiegen – von Futtermittel über Ballen bis hin zum Holz, alles wird präzise abgewogen.

Die Vorteile:

- Das Zielgewicht wird schon bei Ladung exakt erreicht.
- Übersichtliches Bedienteil in der Kabine.
- Überladungen werden vermieden.

Die Wiegeeinrichtung errechnet das Gewicht des Inhaltes der Frontladerschaufel über einen Drucksensor:

Ausstattung:

- Bedienteil in der Kabine – hier wird alles genau angezeigt.

Wiegefunktionen:

- Tara-Funktion (Nullstellung)
- Einfache Gewichtsanzeige
- Summierungsfunktion
- Tagessumme (zurrücksetzbar)
- Gesamtsumme (nicht am Hauptbildschirm anzeigbar, aber im Menü)
- Gewichtsanzeige in kg für Palettengabel (Schwerpunkt mittig von Palette, Schaufel, Siloschneidzange etc.)

LED-Beleuchtung zu Frontlader

Um auch bei schwierigsten Sichtverhältnissen ein sicheres und komfortableres Arbeiten zu ermöglichen, bietet HYDRAC optional hochwertige LED-Arbeitsscheinwerfer an. Bestens geeignet zur Ausleuchtung des Arbeitswerkzeuges. Die Ein- und Ausschaltung wird von der Kabine aus erledigt.

Werbung

Ab in die Milchstraße

Herzlichen Dank an Christian Harter aus Zellerndorf! Er hat uns diese tollen Bilder von seiner Milchstraße zugeschickt! Über 200 Milchkannen hat er bisher gesammelt und es sollen noch mehr werden.

An Weihnachten denken – Sinnvolles schenken

Mit Riesenschritten nähert sich auch heuer wieder die Weihnachtszeit. Was soll man schenken. Süßigkeiten, Getränke, Kaffeehäferl und Co sind schnell besorgt und machen wenig Aufwand. Aber sind sie wirklich etwas Persönliches, etwas Besonderes?
Wie wärs mit Informationen rund um die Landwirtschaft? Ein Jahresabo der IG-MilchPost oder eine Mitgliedschaft in der IG-Milch für ein Jahr könnten den Beschenkten wesentlich mehr freuen und überraschen – was meinen Sie?
Einfach nebenstehende Kupons ausschneiden und an das IG-Milch-Büro senden und Sie haben das besondere Geschenk.

❒ Ich verschenke ein Jahresabo der IG-MilchPost um € 35,– an:

❒ Ich verschenke eine Mitgliedschaft für ein Jahr um € 55,– an:

Lieferadresse:

Name: .....

Anschrift: .....

PLZ / Ort: .....

Tel.: .....

Email-Adresse für elektronische Zustellung: .....

❒ Ich verschenke ein Jahresabo der IG-MilchPost um € 35,– an:

❒ Ich verschenke eine Mitgliedschaft für ein Jahr um € 55,– an:

Lieferadresse:

Name: .....

Anschrift: .....

PLZ / Ort: .....

Tel.: .....

Email-Adresse für elektronische Zustellung: .....

Ein ganzes Jahr lang Informationen verschenken und zugleich nachhaltige zukunftsfähige Landwirtschaft unterstützen!

IG-MILCH POST

Das Mitgliedermagazin der IG-MILCH – überparteilich und unabhängig

Geschenk-Mitgliedschaft oder Geschenk-Abonnement

Preis für ein Jahr Mitgliedschaft: € 55,–
inkl. Jahres-Abo der IG-MilchPost

Preis für Jahresabonnement: € 35,–

Die Mitgliedschaft und das Zeitungsabo enden nach einem Jahr und werden nicht automatisch verlängert.

Gleich bestellen unter: office@ig-milch.at oder **07213/20591** oder per Post:

Rechnungsadresse:

Name:

Anschrift:

PLZ / Ort:

Tel. oder Email:

Beschenkten bitte auf der Rückseite anführen!

Porto beim Empfänger einheben.

IG-Milch
Verein österreichischer
Grünland- und Rinderbauern
Hauptplatz 5
4190 Bad Leonfelden

Rechnungsadresse:

Name:

Anschrift:

PLZ / Ort:

Tel. oder Email:

Beschenkten bitte auf der Rückseite anführen!

Porto beim Empfänger einheben.

IG-Milch
Verein österreichischer
Grünland- und Rinderbauern
Hauptplatz 5
4190 Bad Leonfelden