2015/16

Jahresbericht

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V.

Impressum

Herausgeber: Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V.
Seelhorststraße 4 · 30175 Hannover
Gertrudenstraße 24 · 26121 Oldenburg

Geschäftsführung: Kristine Kindler / Frank Feuerriegel

Redaktion: Christine Licher und das LVN-Team

Klimaneutral gedruckt
mit First Climate | ID 2016-701771

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V.

Mit freundlicher Empfehlung
überreichen wir Ihnen unseren Jahresbericht 2015/2016

3 | 1 Vorwort

4 | 2 Unsere Organisation

5 | 3 Unsere Ziele und Zielgruppen

6 | 4 Unsere Angebote

34 | Molkereistandorte und Anlieferungsdichte

40 | 5 Milchmarkt 2015/2016

54 | 6 Amtliche Notierungskommissionen für Butter und Käse

56 | 7 Organisation der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V.

64 | 8 Umlageverwendung

68 | 9 Dank und Ausblick

1 Vorwort

„Schlimmer noch als die Marktlage, so die Meinung mancher Milcherzeuger, ist die demotivierende, öffentliche Wahrnehmung. Deshalb brauchen wir eine flexible neue Dienstleistungsgesellschaft, die uns Milcherzeugern den Rücken stärken kann. Psychologische Aspekte sind in Zeiten der Krise sehr wichtig, außerdem müssen wir die öffentliche Diskussion noch mehr mitgestalten.“

Vorstandsvorsitzender Jan Heusmann

Ein besonderes Jahr

Liebe Leserinnen und Leser,

hinter uns liegt ein besonderes Jahr – in jeder Hinsicht! Der Milchpreis erreichte ein Rekordtief, viele Milcherzeuger gerieten in Existenznot. ABER: Noch nie gab es so viel Aufmerksamkeit für die Milchwirtschaft, das Interesse an unserer Arbeit ist deutlich gewachsen – sowohl in den Medien als auch bei den Verbrauchern. Das Thema ist in der Gesellschaft angekommen – sowohl am Stamm- als auch am Küchentisch. Zeigen die meisten Menschen große Empathie, gibt es auf der anderen Seite aber eine „lautstarke“ Gruppe, die gegen Milchkuhhaltung und Milchverzehr mobil macht.
Hier liegt in Zukunft eine große Herausforderung für die gesamte Milchwirtschaft, die wir Milcherzeuger nur mit einem „neutralen Anwalt“ meistern können. Mit der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V. (LVN) haben wir diese neutrale, anerkannt zuverlässige Stelle, die sich mit verschiedenen bewährten Maßnahmen, wie dem Milchlandpreis, dem Videokanal My KuhTube sowie der Arbeit in den Schulen aber auch mit neuen Ideen, wie der Initiative DIALOG MILCH für unsere Interessen einsetzt.
Allerdings schränken die neuen Beihilfevorschriften der EU nicht nur die Initiierung und Beantragung neuer Maßnahmen im Bereich der Qualitätsförderung, sondern auch die Durchführung von Maßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit der LVN stark ein. Dieser Entwicklung sind wir im Juni 2016 mit der Gründung der neuen Dienstleistungsgesellschaft Fokus Milch GmbH neben der LVN begegnet. Gemeinsam mit den Mitarbeitern der LVN sehen wir der zukünftigen Arbeit in dem neuen „Modell“ mit Freude entgegen.

Jan Heusmann

Herbert Heyen

Wir danken allen Vertretern unserer Mitgliedsorganisationen, den Mitarbeitern der Aufsichtsbehörden und der befreundeten Organisationen – Sie haben uns in den Gremien und Gesprächen in diesem besonderen Jahr stets konstruktiv unterstützt.

Ihre Vorsitzenden der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V.

Jan Heusmann Herbert Heyen

Hannover, Oldenburg, September 2016

2 Unsere Organisation

So arbeiten wir bei uns zusammen

Unsere Mitglieder aus der gesamten Wertschöpfungskette

Milcherzeugung (Milchviehbetrieb) → Milchverarbeitung (Molkerei) → Lebensmittel-handel → Kunde

Mitgliederversammlung

- Landvolk Niedersachsen Landesbauernverband e.V.
- Genossenschaftsverband e.V.
- Genossenschaftsverband Weser-Ems e.V.
- Milchindustrie-Verband e.V.
- Fachverband der Milchwirtschaftler in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt e.V.
- Deutsches Milchkontor eG
- UELZENA eG
- frischli Molkereiverbund GmbH
- Fachverband Frische e.V.
- AGA Norddeutscher Unternehmensverband Groß-handel, Außenhandel, Dienstleistung e.V., Landesgruppe Niedersachsen
- Bundesverband der Milchgaststätten e.V.
- Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten Landesbezirk Nord
- Industriegewerkschaft Bauen-Agrar-Umwelt, Regionalbüro Niedersachsen
- Deutscher Gewerkschaftsbund Bezirk Niedersachsen/ Bremen/Sachsen-Anhalt
- Verbraucherzentrale Niedersachsen e.V.
- DHB – Netzwerk Haushalt Landesverband Oldenburg e.V.
- Niedersächsischer LandFrauenverband Hannover e.V.
- Landfrauenverband Weser-Ems e.V.
- Bundesverband Deutscher Milchviehhalter e.V. (BDM)

Vorstand

Verwaltungsausschuss | **Qualitätsausschuss** | Jungbeirat | **Öffentlichkeitsarbeits-Ausschuss**

Geschäftsführung
18 Stellen = 22 Mitarbeiter in Hannover und Oldenburg

Verwaltung | **Marktinformation und Qualitätsförderung** | **Öffentlichkeitsarbeit**

Unsere Basis: § 22 MFG

Die LVN ist ein nach dem Milch- und Fettgesetz (MFG) anerkannter Verein. In ihr sind alle Verbände und Organisationen zusammengeschlossen, die durch Erzeugung, Verarbeitung, Handel und Verbrauch an der niedersächsischen Milchwirtschaft beteiligt sind.

3 Unsere Ziele und Zielgruppen

Gemeinsam im Dialog für Milch und Milchprodukte aus Niedersachsen

In Niedersachsen sind vom Erzeuger über die Molkereien bis zur Verbraucherzentrale alle Verbände und Organisationen unter dem Dach der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V. (LVN) zusammengeschlossen. Sie bietet allen an der Milcherzeugung und -verarbeitung Beteiligten bzw. Interessierten den „Runden Tisch“ für Kommunikation und gemeinsames Handeln.

Wo können Sie von uns erwarten?
Als Dienstleister für die niedersächsische Milchwirtschaft ist die LVN in der gesamten milchwirtschaftlichen Wertschöpfungskette aktiv. Man trifft das LVN-Team überall dort, wo es sich um die Milch dreht: Auf öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen, in Schulen oder im landwirtschaftlichen Bereich genauso wie auf internationalen Fachmessen oder regionalen Ausstellungen.

Bei allen Fragen zur Milchwirtschaft gibt es auf der Homepage und unseren Social Media-Kanälen Antworten rund um die Uhr.

Unsere Ziele:
Ein realistisches Bild und den Wert von Land- und Milchwirtschaft in Niedersachsen zu vermitteln, das ist oberstes Ziel unserer Öffentlichkeitsarbeit, z. B. in den Projekten My KuhTube, Landgemachtes und der neuen Initiative DIALOG MILCH. Geht es darum, innovative Maßnahmen zur Sicherung der Milchqualität zu erarbeiten, vertritt die LVN die gemeinsamen Interessen der heimischen Milchwirtschaft.
Das sind zwei der wichtigsten Ziele der LVN, die die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit unserer Milcherzeuger und Molkereien nachhaltig sichern.

Zielgruppen / LVN-Angebote	Landwirte	Kinder/ Jugendliche	Verbraucher	Molkereien	Handel	Presse/Politik Multiplikatoren
Aktuelle Informationen	●			●		●
Amtliche Güteprüfungen			●	●	●	
„Bauern als Botschafter“			●			●
Broschüre „Ich bin Milchbauer. …Frag mich doch!“	●					
DIALOG MILCH	●	●	●	●	●	●
Ernährungsberatung	●		●		●	●
Fachtagungen						●
Imagefördernde Maßnahmen (z. B. ITM)	●	●	●			●
Info-Material, Rezept-Broschüren, Website	●	●	●	●	●	●
Krisendatenbank	●			●		
Leitfaden Eutergesundheit	●					
Markt und Statistik	●			●		●
Messen und Ausstellungen	●	●	●	●	●	●
Milchlandpreis	●		●			●
Milch-Monitoring	●		●	●		
My KuhTube		●	●			●
Nachhaltigkeits-Projekt			●		●	●
Pressemitteilungen			●			●
Rezeptportal „Landgemachtes“			●			
Schulaktionen (z. B. Shakeseminare)		●				●
Schulmilchinfos		●	●			●
Seminare Käse und „Weiße Linie“				●	●	
Technologische Fachberatung				●		
Unterrichtsmaterial		●				●
Verleih Ausrüstung Milchbar	●	●	●	●		●
Vorträge			●			
Werbemittel (z. B. Becher, Servietten)	●	●	●	●	●	●

4 Unsere Angebote

Prüfverfahren der EU

Die EU beschäftigt sich seit 2012 mit der Vereinbarkeit von aus der Umlage finanzierten Maßnahmen mit dem Binnenmarkt. Die eigentliche Umlageerhebung in den einzelnen Bundesländern verstößt nicht gegen das EU-Beihilfenrecht und steht auch nicht im Widerspruch zu den Zielen der gemeinsamen Marktorganisation. Die Kommission führte allerdings bis zum April 2016 in drei ganz wesentlichen Maßnahmen zu einem sogenannten Beschluss:

- Die Milchgüte-Untersuchungen in Bayern und Baden-Württemberg
- Die Finanzierung des VDM
- Das Schadstoffmonitoring u. a. in Niedersachsen 2007– 2012

Die Entscheidungen über die Milchgüteuntersuchung sowie den VDM haben zu erheblichen Rückforderungen gegenüber den Umlage zahlenden Molkereien in Millionenhöhe geführt.
Der Beschluss über das Schadstoffmonitoring kam zum 04. April 2016 – nachdem die Finanzierung aus der Umlage bereits im September 2013 gestoppt werden musste.
Die Begründung im Kommissionsbeschluss lautete, dass „die allgemeinen Gesundheitsfürsorgekontrollen im Rahmen des Milch- und Fettgesetzes, die gemeinhin als „Schadstoffmonitoring“ bezeichnet werden und im Einleitungsbeschluss als Teilmaßnahmen … bezeichnet werden, keine staatlichen Beihilfen im Sinne von Artikel 107 Absatz 1 AEUV darstellen“.
Aus Sicht aller Landesvereinigungen und ihrer Mitglieder (u. a. den Milcherzeugern) allerdings werden die Umlage-Mittel jedoch aufgebracht, um die Milchwirtschaft zu fördern. DAS war der Gründungszweck der LVN in den 1940-er Jahren, als sich Molkereien und Milcherzeuger dazu zusammenschlossen! Die Initiative war von der Wirtschaft – und nicht vom Staat – ausgegangen!

Die neue Dienstleistungs-GmbH | Vorübergehende Senkung der Umlage

Als Konsequenz aus dem Hauptprüfverfahren der EU-Kommission, erfolgte in Niedersachsen die Gründung eines privatrechtlichen Gesellschaftsmodells. Dieses Modell ist in enger Abstimmung mit dem Verwaltungsausschuss der LVN immer weiter optimiert worden. Herzstück der Gesellschaft ist das „Schadstoffmonitoring“. Hier wird eine zielführende Aufteilung in staatliche Daseinsvorsorge, die aus der Umlage finanziert wird und das Monitoring betreffend prozessbezogener Kontaminanten über die neue private Gesellschaft vorgeschlagen.
Weitere Maßnahmen aus den Bereichen Qualität und Öffentlichkeitsarbeit, z. B. aus dem DIALOG MILCH, sollen in dem neuen Modell ausgeführt werden.

Einstimmiger Rückhalt für die LVN

Die Finanzierung der Maßnahmen soll über Dienstleistungsverträge zwischen der Dienstleistungsgesellschaft und den beauftragenden Molkereien erfolgen. Dazu sind die fünf Trägerorganisationen der LVN [das Landvolk Niedersachsen, die beiden Genossenschaftsverbände in Niedersachsen, der Milchindustrieverband für die privaten Molkereien sowie der Fachverband der Milchwirtschaftler] und die Molkereien auf der Gründungsveranstaltung am 23.6.2016 Gesellschafter der neuen „Gemeinschaft Milch GbR“ geworden, die wiederum alleiniger Gesellschafter der Dienstleistungsgesellschaft „Fokus Milch GmbH“ ist. Die Aufnahme des operativen Geschäfts ist zu Oktober 2016 geplant. Eigenes Personal für die Gesellschaft ist derzeit nicht geplant, sie darf per Dienstleistungsvertrag das Know-how der LVN-Mitarbeiter nutzen.

Fokus Milch GmbH ist gegründet

Künftig wird damit der Maßnahmenhaushalt der LVN finanziell entlastet. Um dieser Ausgabenreduzierung, verbunden mit den in den vergangenen Jahren nicht verausgabten Umlagemitteln, zu entsprechen, wurde auf der außeror-

dentlichen Mitgliederversammlung am 03.05.2016 der Antrag zur vorübergehenden Reduzierung des Umlagehebesatzes von 0,0613 auf 0,045 Cent/kg Anlieferungsmilch einstimmig beschlossen.
Mit Datum vom 01.07.2016 wurde seitens des Niedersächsischen Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz die entsprechende Verordnung auf vorübergehende Senkung des Umlagehebesatzes ab Erhebungsmonat August erlassen.
Die im Jahr 2015/2016 aufgrund der vom Niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz erlassenen Richtlinien basierend auf der „EU-Freistellungsverordnung“ (VO Nr. 702/2014 der Kommission zur Feststellung der Vereinbarkeit bestimmter Arten von Beihilfen im Agrar- und Forstsektor und in ländlichen Gebieten mit dem Binnenmarkt in Anwendung von Art 107 und 108 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union) vorgenommenen Umstrukturierungen im Wirtschaftsplan der LVN wurden weiter fortgesetzt (s. Kapitel 8.2.2).

4.1 Qualitätsförderung – entlang der Wertschöpfungskette

4.1.1 QM-Milch – Version 2.0

Seit nunmehr drei Jahren werden die QM-Milch-Audits in Niedersachsen im Rahmen eines akkreditierten Qualitätsstandards durchgeführt. Niedersachsen war damit eines der ersten Bundesländer, das die Akkreditierung von QM-Milch in Deutschland umgesetzt hat.

Ab 01. Januar 2016 ist der überarbeitete Standard, die Version 2.0 vom 30.10.2015, gültig und kommt in Niedersachsen auch seit diesem Zeitpunkt zum Einsatz. Da der Standard eine Übergangsfrist einräumt, ist es möglich, dass die Version 2.0 in anderen Regionen erst später zur Anwendung kommt. Die neue Standardversion ist von den Gremien des QM-Milch e. V. überarbeitet und von der DAkkS (Deutsche Akkreditierungsstelle GmbH) akzeptiert worden. Die DAkkS forderte u. a. die Umsetzung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses bei den QM-Milch Betrieben. Dem trägt der neue Standard Rechnung. Um zwischenzeitlich eingetretene Gesetzesänderungen und Weiterentwicklungen aufzunehmen, wurden dem Kriterienkatalog neun Kriterien hinzugefügt, darunter ein KO-Kriterium. Es handelt sich um folgende Kriterien:

1.6 Klauenpflege
1.7 Tägliche Eigenkontrollen Tierbestand (KO-Kriterium)
1.8 Sauberkeit der Kühe
1.15 Abkalbestall
1.16 Kälberhaltung bis zum 14. Tag
1.17 Enthornen
1.18 Seuchenvorbeugung: Räumliche Trennung von Kälbern und Jungvieh und von den Kühen
1.21 Notstromaggregat
1.22 Vorkehrungen für den Brandfall

Tierkomfort von Anfang an

Der Katalog gliedert sich in die nachfolgenden sechs Kapitel, Unterpunkte und KO-Kriterien:

Gesundheit und Wohlbefinden der Tiere	1.1 – 1.23	5 KO
Maßnahmen zur Sicherung der Eutergesundheit	1.24 – 1.28	1 KO
Kennzeichnung der Tiere und Bestandsregister	2.1	1 KO
Milchgewinnung und -lagerung:		
– Melkstand (bzw. der Anbindestall als Melkplatz)	3.1.1 – 3.1.5	
– Melkanlage, Melkzeug usw.	3.2.1 – 3.2.2	
– Melkpersonal, Melkarbeit, Behandeln der Milch	3.3.1 – 3.3.4	2 KO
– Milchkammer	3.4.1 – 3.4.8	1 KO
Futter/Fütterung	4.1 – 4.7	2 KO
Arzneimittel, Rückstände	5.1 – 5.6	5 KO
Umwelt	6.1 – 6.3	

Eine besondere Bedeutung wird, wie die Tabelle zeigt, dem Tierwohl und der Rückstandskontrolle beigemessen.

Die Audits werden weiterhin in einem dreijährigen Turnus durchgeführt, d. h. jeder Milcherzeugerbetrieb muss alle drei Jahre mit einem Audit rechnen. Eine Ausnahme gilt für DMK Lieferanten: bei Ihnen wird das QM-Audit in Verbindung mit dem Milkmaster-Audit ab 2016 in einem zweijährigen Turnus durchgeführt.
Falls das QM-Milch Routineaudit nicht bestanden wird, wird den Milcherzeugern eine Frist von zwei bzw. drei Monaten eingeräumt, um die festgestellten Mängel zu beseitigen. Sollten auch die Nachaudits nicht bestanden werden, droht den Betrieben der Ausschluss von der Milchabholung.

Alle niedersächsischen Molkereien beteiligen sich an QM-Milch.

Beibehalten wird das Punktesystem:
Kriterium nicht erfüllt = 0 Punkte
Kriterium erfüllt = 1 Punkt
Kriterium besonders gut erfüllt = 2 Punkte

Der QM-Milch-Standard 2.0, gültig ab 01.01.2016, in Zahlen:

- Anzahl der Kriterien: 64
- Anzahl der KO-Kriterien, die unbedingt bestanden werden müssen: 17
- Mindestpunktzahl zum Bestehen eines Audits: 54
- Höchstpunktzahl: 75

Sonderaudits

Auslöser für Sonderaudits, die außerhalb des routinemäßigen dreijährigen Turnus durchzuführen sind, sind amtliche Liefersperren wegen erhöhter Zellzahl- oder Keimzahlwerte, Hemmstofffälle oder Grenzwertüberschreitungen bei Kontaminanten wie Dioxin oder Aflatoxin. Um die Bedeutung der Tiergesundheit und des Tierwohls zu unterstreichen, wurde bei den Kriterien, die diesen Bereich betreffen, die Einhaltung einer Mindestpunktzahl eingeführt. Sollte diese Mindestpunktzahl unterschritten werden, führt dies ebenfalls zu einem Sonderaudit.

Tiergerecht im Boxenlaufstall

Ergebnisse im vierten Audit-Durchgang (Erster Audit-Durchgang unter akkreditierten Bedingungen, Standard 1.0)

Die folgende Aufstellung gibt eine Übersicht über die seit dem 01.07.2013 bis Ende Dezember 2015 unter akkreditierten Bedingungen durchgeführten QM-Milch Audits.

4. Audit-Durchgang (Juli 2013 bis Dezember 2015)	
Anzahl der auditierten Betriebe:	7.012
davon bereits beim Erstaudit bestanden:	96,5 %
davon beim Erstaudit oder Nachaudit bestanden:	99,9 %
durchschnittliche Punktzahl:	58,3*

* (max. möglich: 66; Mindestpunkzahl: 47)

Bisherige Ergebnisse im fünften Audit-Durchgang (Standard 2.0)

Die folgende Aufstellung gibt eine Übersicht über die seit dem 01.01.2016 bis Ende Juli 2016 unter akkreditierten Bedingungen durchgeführten QM-Milch Audits.

5. Audit-Durchgang (Januar bis Juli 2016)	
Anzahl der auditierten Betriebe:	1.641
davon bereits beim Erstaudit bestanden:	96,6 %
davon beim Erstaudit oder Nachaudit bestanden:	99,9 %
durchschnittliche Punktzahl:	66,6*

* (max. möglich: 75; Mindestpunkzahl: 54)

Beispielhafte Melkhygiene

Informationen zu QM-Milch im Internet

Auf der Homepage des QM-Milch e. V. (www.qm-milch.de) und auch der LVN (www.milchwirtschaft.de, in der Rubrik „Landwirte“ unter dem Stichwort „QM-Milch“) kann umfangreiches Informationsmaterial zu den Hof-Audits und zum Gesamtsystem QM-Milch eingesehen werden. Ergänzt werden diese Informationen um die QM-Futtermittellisten unter dem Stichwort „Futtermittelkontrolle“.

4.1.2 Milch-Monitoring

Ein wichtiges Element zur Sicherung der Rohmilchqualität ist das Milch-Monitoring, bei dem die Anlieferungsmilch auf diverse Kontaminanten und Rückstände untersucht wird. Das Milch-Monitoring wird in Niedersachsen von der LVN koordiniert und zu großen Teilen finanziert. Bedingt durch die Einleitung des EU-Verfahrens wurde ein Auszahlungsstopp verfügt, so dass die Finanzierung von September 2013 bis Dezember 2015 aus Mitteln des Milchförderungsfonds Hannover-Braunschweig erfolgte. In Zukunft wird ein Teil des Monitorings über die im Juni 2016 gegründete Fokus Milch GmbH abgewickelt. Beim Milch-Monitoring arbeitet die LVN sehr eng mit den Molkereien, der LUFA Nord-West und den Regionallaboren zusammen. Dadurch ist es möglich, dass in den einzelnen Regionen Niedersachsens ein Teil der Milchlieferanten ständig beprobt wird, um eventuelle Belastungen möglichst schnell aufdecken zu können.

Nordwestdeutsches Milch-Monitoring

Die Milchwirtschaft in den Bundesländern Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern hat sich in 2014 auf gemeinsame Untersuchungsparameter geeinigt, die seit 2015 in Form des Nordwestdeutschen Milch-Monitorings umgesetzt werden. Das nunmehr in den genannten Bundesländern in weiten Teilen vereinheitlichte Monitoring basiert überwiegend auf der Untersuchung von Poolproben bzw. Milchsammelwagen (MSW)-Proben. Dabei werden die Proben über die Milchsammelwagen beim Erfassen der Milch auf den Höfen gezogen. Entweder wird eine Sammelprobe des MSW untersucht oder aus den Einzelproben des MSW werden gezielt Poolproben (= Mischproben aus definierten Milchmengen, Niedersachsen) untersucht. Wenn in einer Poolprobe Auffälligkeiten festgestellt werden, werden die dazu gehörenden Rückstellproben der einzelnen Milchlieferanten untersucht, um den Verursacher herauszufinden. Im Zuge der Poolprobenuntersuchungen werden z. B. in Niedersachsen jedes Jahr ca. 2000 Poolproben auf verschiedene Parameter untersucht. Ein weiterer Bestandteil des nordwestdeutschen Milch-Monitorings sind Untersuchungen auf Ebene der Stapeltankproben bei den Molkereien. Im Vordergrund steht hierbei nicht die Verursacherermittlung, sondern die Absicherung der Rohstoffbasis z. B. durch die Untersuchung auf Dioxin/dl-PCB. In den anderen Bundesländern erfolgt über den QM-Milch e. V. die Etablierung eines sogenannten Basismonitorings, zur Zeit bestehend aus der Untersuchung auf Aflatoxin, Chloramphenicol, Tetracycline und Streptomycin (2 x pro Jahr, MSW- oder Poolproben). Hintergrund ist die Bedeutung, die dem Rückstandsmonitoring im QM-Milch Standard zukommt. Abgerundet wird das Monitoring-Programm in Niedersachsen durch die Untersuchung von Parametern, die sich aus der aktuellen Situation heraus ergeben, in 2015/2016 z. B. auf Glyphosat und Pyrrolizidine (ohne auffällige Befunde).

Nordwestdeutsches Milch-Monitoring 2016

	MSW- / Poolprobe		Stapeltankprobe	
	1. Hj.	2. Hj.	1. Hj.	2. Hj.
Aflatoxin	x	x		
Trichlormethan	x	x		
QAV (DDAC, BAC)	x	x		
Arzneimittel				
- Chloramphenicol	x	x		
- Tetracycline	x	x		
- Makrolide	x	x		
- Streptomycin	x	x		
PCB/Pestizide	x			x
Dioxin / dl-PCB			x	x
Schwermetalle			x	x
Strontium 90			x	x
Cäsium 134 u. 137			x	x
Melamin			x	
Hormone			x	

Ergebnisse des Milch-Monitorings

Dieses Kapitel kann wie im Vorjahr sehr knapp behandelt werden: Sämtliche Untersuchungen auf Pestizide (Chlorierte Kohlenwasserstoffe), Dioxin sowie dl-PCB ergaben unauffällige Befunde. Bei Aflatoxin fielen im Spätsommer 2015 zwei Proben auf, die durch belastete CCM-Silage verursacht waren. Corn-Cob-Mix (CCM) ist ein energiereiches Futtermittel, das auch von Milchviehbetrieben eingesetzt wird. Hierbei sollte aber mit besonderer Sorgfalt bei der Anlage des Silos, beim Siliervorgang und der Entnahme vorgegangen werden. Die LVN hatte nach Bekanntwerden der Belastungen und fachlicher Abstimmung mit der LWK Nie-

dersachsen über die Zusammenhänge informiert. Anfang 2016 wurden zwei mit ndl-PCB belastete Poolproben festgestellt. Über die Rückverfolgung konnten die Ausgangsbetriebe ermittelt werden. Trotz intensiver Nachforschung der eingeschalteten amtlichen Stellen konnte die Ursache für diese Belastungen nicht gefunden werden.

Unauffällige Befunde für Pestizide, Dioxin sowie dl-PCB

Die Lage bei Trichlormethan und QAV-Rückständen wird weiter aufmerksam betrachtet. Viele Reinigungs- und Desinfektionsmittel für Melkanlagen und Milchtanks enthalten entweder Chlor oder quartäre Ammoniumverbindungen als desinfizierende Bestandteile. Beide Substanzen bzw. Substanzgruppen können durch Fehler beim Reinigungsvorgang der Melkanlagen zu Rückständen in der Milch führen. Die Rohmilch wird daher auch auf Trichlormethan und quartäre Ammoniumverbindungen (DDAC, BAC) untersucht. Die Auffälligkeiten bei Trichlormethan waren Dank des regelmäßigen Milch-Monitorings und der guten Aufklärungsarbeit der Molkereien deutlich zurückgegangen und blieben auch 2015/16 auf diesem niedrigen Niveau. Nur vereinzelte Auffälligkeiten waren bei BAC zu verzeichnen. Einige Molkereien empfehlen ihren Lieferanten inzwischen, auf chlorhaltige und/oder QAV-haltige Reinigungs- und Desinfektionsmittel zu verzichten oder haben ihren Lieferanten ein Verbot zur Nutzung derartiger R&D-Mittel auferlegt.

Milch – gut kontrolliert

Futtermittel-Vereinbarung

Einen wesentlichen Einfluss auf die Qualität und Sicherheit von Milch und Milchprodukten haben die eingesetzten Futtermittel. Die Futtermittelproduktion ist als Vorstufe der Lebensmittelherstellung zu sehen. Um die Sicherheit in der Milchwirtschaft zu erhöhen, haben der QM-Milch e. V. und seine Trägerverbände DBV, DRV und MIV mit dem Deutschen Verband Tiernahrung (DVT) und der QS Qualität und Sicherheit GmbH 2013 die „Futtermittel-Rahmenvereinbarung über den Einsatz von Futtermitteln in der Milcherzeugung“ abgeschlossen. Die Futtermittelhersteller verpflichten sich dadurch zu Qualitätssicherungsmaßnahmen und Rückstandsuntersuchungen, die Milchwirtschaft verpflichtet sich im Gegenzug zum Bezug von Futtermitteln ausschließlich von gelisteten Herstellern. Gelistet werden solche Hersteller, die ihr Einverständnis erklärt haben, dass Grenzwertüberschreitungen bei Rückstandskontrollen auf Basis der Rahmenvereinbarung an den QM-Milch e. V. gemeldet werden (Liste „QS-Betriebe mit Teilnahme an QM-Milch“ unter: https://www.qs-plattform.de/QSSoftware/start/do). Das Futtermittelabkommen ist in 2015 aktualisiert worden. Die derzeit gültige Version mit Stand 01.10.2015 brachte die Aufnahme von Futtermittelhändlern (neben Futtermittelherstellern) und den Beitritt des GMP+ International B. V. als weitere beteiligte Organisation mit sich. Entsprechend wurde neben der oben genannten QS-Liste eine vorübergehende Liste von QM-anerkannten GMP+-Herstellern veröffentlicht.

Krisendatenbank

Weniger im Hinblick auf das Milch-Monitoring als vielmehr für den Fall einer Krise wie dem Auftreten der Maul- und Klauenseuche hatte die LVN eine neue Krisendatenbank erstellt, die einem geschlossenen Nutzerkreis (Mitarbeitern von Veterinärämtern, Molkereien und Behörden) im Januar 2015 freigegeben wurde. Eine schnelle Kommunikation zwischen allen Beteiligten hat in Krisensituationen eine große Bedeutung und die Datenbank soll den reibungslosen Informationsaustausch unterstützen. Sie enthält außerdem ein Dateiarchiv mit einer Reihe von wichtigen Unterlagen für den MKS-Fall (z. B. MKS-VO, MVG-Maßnahmenkatalog, Desinfektionsrichtlinie des BMEL). Die Krisendatenbank wurde 2016 noch einmal überarbeitet und dürfte nunmehr übersichtlich und handlich für alle Beteiligten zu nutzen sein.

4.1.3 Amtliche Güteprüfungen für Butter und Käse

Die amtlichen Güteprüfungen für Butter und Käse werden im Auftrag der niedersächsischen Überwachungsstelle für Milch und Milcherzeugnisse der Landwirtschaftskammer Niedersachsen durchgeführt und aus Mitteln der milchwirtschaftlichen Umlage bezuschusst. Im Durchschnitt werden je Probe etwa acht chemische, physikalische, mikrobiologische und sensorische Eigenschaften geprüft und untersucht. Die Ergebnisse bieten dem technologischen Fachberater Ansätze zur gezielten Beratung in den Betrieben und sind die Grundlage für die jährliche Auszeichnung der besten Produktqualitäten. Die Vorstellung der Ergebnisse des

Auszeichnung der Jahresbesten 2015

Milchsammelwagenfahrer erhalten eine regelmäßige Schulung

Vorjahres und die Auszeichnung der Molkereien und Molkereifachleute fanden anlässlich der milchwirtschaftlichen Frühjahrsveranstaltung am 09. Juni 2016 in Quakenbrück statt. Ausrichter der Frühjahrsveranstaltung ist der Fachverband der Milchwirtschaftler in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt e. V..

4.1.4 Fachberatung für milchwirtschaftliche Unternehmen

Ständige Veränderungen im Hygiene- und Fachrecht sowie neue Erkenntnisse aus Forschung und Praxis erfordern viel Flexibilität von der Fachberatung der LVN. Oberstes Ziel der Fachberatung ist eine möglichst schnelle Übertragung der Neuerungen in die Praxis vor Ort. Dies schlägt sich nicht zuletzt in der umfangreichen Seminar- und Schulungstätigkeit nieder.
Die unterschiedlichen QM-Systeme, die in den Unternehmen „gelebt" werden, führen dazu, die amtlichen Kontrollen zugunsten der Eigenkontrollen zu reduzieren. Um dennoch ein großes Maß an Neutralität zu dokumentieren und um der eigenen „Betriebsblindheit" entgegen zu wirken, bedienen sich die Unternehmen des sogenannten mikrobiologischen Hygienemonitorings der Fachberatung der LVN. Interne Betriebsaudits zusammen mit der Fachberatung sind hier das Mittel der Wahl. Mängel und Beanstandungen können auf diese Weise direkt aufgearbeitet werden. Ergebnisse sowie Rückschlüsse fließen in die Schulungstätigkeit ein.
Folgende Themen standen im Berichtszeitraum 2015/2016 im Mittelpunkt:

1. Seminar- und Schulungsbereich

- Wiederholungsschulungen von Milchsammelwagenfahrern von Molkereien und Speditionen
- Spezielles Schulungsprogramm für Milchraststättenbetreiberinnen
- Vorbereitung von Seminaren für Direktvermarkter und Beschäftigte ohne spezielle molkereispezifische Ausbildung
- Sicherheit im Umgang mit R+D-Mitteln
- Risiken beim Umgang mit Verpackungsmaterialien
- Seminarreihe zum Thema Milchtankstellen

Die Schulung von Mitarbeitern wird durch die Lebensmittel-Hygieneverordnung vorgeschrieben und ist in vielen Qualitätsmanagementsystemen integriert.
Grenzüberschreitende Milchtransporte und daraus resultierende längere Haltbarkeiten sind nur durch konsequentes hygienisches Verhalten während des Transportes zu erreichen. Die Schulungsinhalte der Milchsammelwagen- und Speditionsfahrerschulungen werden diesem Anspruch gerecht.

2. Klassische Fachberatertätigkeit – Stufenkontrollen und Verfolgsproben

Bei auffälligen Ergebnissen der amtlichen Güteprüfungen oder den Ergebnissen der Marktbeobachtungen sind die Durchführung von externen Stufenkontrollen und das Ziehen von Verfolgsproben über die Fachberatung die geeignete Methode, um die Schwachstellen zu analysieren. Als Ergänzung zu den Eigenkontrollen leisten sie einen wichtigen Beitrag bei der Schwachstellenanalyse von der Rohmilcherfassung auf Milchsammelwagenebene über den Rohmilchstapeltank in der Molkerei bis hin zum Verarbeitungsprozess.

Probennahme auf Milchsammelwagenebene

Die Weiterentwicklung der Qualitätsmanagementsysteme hat in den letzten Jahren noch mehr die Rohmilch in den Fokus genommen, um hochwertige Milchprodukte herstellen zu können.
Kleinere Molkereien, Direktvermarkter, Milchraststätten und Milchtankstellen stellen der Fachberatung oft gesonderte Aufgaben.
Neue gesetzliche Rahmenbedingungen erfordern eine praktikable und angemessene Umsetzung, die in vielen Abstimmungen mit den Behörden und anderen Institutionen stattfindet. Ein ständiger Kontakt und Austausch mit anderen Stellen ist daher von außerordentlicher Wichtigkeit.
Die Fachberatung steht sehr häufig in der Position des Vermittlers zwischen der „wissenschaftlichen Theorie“ und der angewendeten Fachpraxis im Betrieb.
Die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen und die Arbeit in verschiedenen Arbeitskreisen und Ausschüssen ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Fachberatung. Eine gute Netzwerkpflege ergänzt diese Bemühungen.

3. Kontrolle durch das Hygienemonitoring

Als externe und neutrale Ergänzung zu den Eigenkontrolluntersuchungen finden mikrobiologische Probennahmen durch die Fachberatung statt. Die Ergebnisse werden mit den internen Ergebnissen verglichen und bilden bei Reklamationen und anderen Abweichungen von der üblichen Qualitätsnorm eine zusätzliche Datenlage für die Beurteilung. Die Probenintervalle erfolgen dabei unregelmäßig, die Proben werden in einem externen Labor untersucht.

4. Marktbeobachtung, Thekenaudits, Ziehung von Handelsproben

Im Handel gezogene Produktproben (abgepackte Butter und abgepackte Aufschnittware bei Käse) können im Vergleich zu betriebseigenen Proben oder den amtlichen Probenergebnissen Abweichungen aufweisen. In diesen Fällen wird durch die Fachberatung schnell „nachgehakt“ und die Ursache geklärt.

Einsatzort Handel

5. Einsatz als Sachverständiger für Milchprodukte

Die sensorische Kontrolle der Endprodukte findet anhand interner Prüfungen in den Betrieben, anlässlich der amtlichen Prüfungen für Butter und Käse des Landes Niedersachsen sowie der überregionalen Veranstaltungen der DLG oder des VHM statt. Ergänzend dazu vervollständigt die Ziehung und Verkostung sogenannter Markt- und Handelsproben das „wahre“ Bild der Qualität der Milchprodukte. Eine ständige Teilnahme an den Prüfungen hat nicht nur ein regelmäßiges Trainieren der Sinnesfähigkeit der Prüfer zur Folge, sondern die Fachberatung kann bei schlechten Ergebnissen auch sofort pragmatisch und zielorientiert handeln, um Fehlerquellen schnell aufzudecken und zu eliminieren.
Auf großen internationalen Wettbewerben, z. B. den Prüfungen für Butter und Käse bei der DLG, gilt es, die Interessen der niedersächsischen Milchwirtschaft zu vertreten.

6. Öffentlichkeitsarbeit und Networking

Um ständig gut informiert zu sein, ist in unserer schnelllebigen Zeit ein guter Kontakt zu anderen Fachbehörden, Organisationen und themenähnlichen Branchen von großer Wichtigkeit. Die Fachberatung der LVN pflegt daher ein großes Netzwerk zur Wirtschaft, den Fachdisziplinen der Wissenschaft und den Überwachungsbehörden. Nicht zuletzt sind die eigene Weiterbildung und die sich daraus ergebenden Kontakte Teil dieses Netzwerkes.

4.2 Öffentlichkeitsarbeit für Milch und Milchprodukte – die Arbeit für Verständnis und Sympathie

Gesund oder ungesund? Weide- oder Stallhaltung? Turbokuh, Massentierhalter … Das sind Fragen bzw. Schlagworte, die sowohl in den Sozialen Medien als auch in der Publikumspresse immer wieder zu Verunsicherung und Polarisierung führen. Das Thema Land-/Milchwirtschaft ist an den Stamm- und Esstischen der Deutschen angekommen.

Dabei ist den Menschen die Bedeutung der Landwirtschaft durchaus bewusst: Drei Viertel aller Deutschen halten die Landwirtschaft laut einer forsa-Umfrage der LVN für wichtiger oder sogar sehr viel wichtiger als jede andere Wirtschaftsbranche. Von der Milchwirtschaft sagen das sogar 86 % aller Befragten (36 % sehr wichtig, 50 % wichtig).

Gleichzeitig wächst aber auch die Skepsis: Zwar sind laut forsa-Umfrage der LVN 70 % aller Deutschen davon überzeugt, dass die Landwirtschaft ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit entwickelt hat und auch viel dafür tut. Aber nur knapp die Hälfte (49 %) indessen glaubt, dass sich die Milchwirtschaft zugleich „stark“ für das Wohlergehen der Kühe in modernen Milchviehbetrieben einsetzt.
Auf der einen Seite stehen also die Milchbauern und die Molkereien mit dem Selbstverständnis und der Selbstwahrnehmung, dass sie sich bestens um ihre Kühe kümmern, mit ihren Kühen ein wertvolles Naturprodukt produzieren und mit ihrer Milch einen der wichtigsten und vielseitigsten Rohstoffe für die Nahrungsmittelindustrie, für pharmazeutische Produkte und für die Futtermittelindustrie liefern. Auf der anderen Seite „die Verbraucher“, „die Medien“, „die NGOs“, „die Politik“: Sie sind zunehmend skeptisch; zunehmend kritisch; immer häufiger ohne Kenntnis in wichtigen Details – oder verfangen in Missverständnissen. Immer öfter mit drängenden Fragen. Und immer stärker emotionalisiert.
Dieser Entwicklung gilt es zu begegnen, indem wir offen und transparent Informationen anbieten, Ansichten und Argumente austauschen, ohne zugleich immer Recht haben zu wollen oder abschließende Positionen einnehmen zu müssen.
Wir laden jede und jeden ein, an diesem Dialog teilzunehmen und werden selbst auch mit jedem sprechen, der Interesse bekundet.

4.2.1 Gemeinsam zum DIALOG MILCH aufbrechen

„Die Wertschätzung für die Milchwirtschaft ist groß, die Skepsis und die Unkenntnis aber ebenso (vor allem in den größeren Städten)“ – das sind Erkenntnisse aus der LVN-forsa-Umfrage aus 2015. Vertrauen durch Verständnis zurück gewinnen – das ist eine wesentliche Zielsetzung des DIALOG MILCH für 2016.

DIALOG MILCH und forsa stellen repräsentative Umfrage vor
Zum Beginn ihrer Arbeit hat die Initiative DIALOG MILCH eine repräsentative Umfrage zu Wahrnehmung, Bedeutung, Vertrauen und Erwartung der deutschen Bevölkerung in die Milchwirtschaft in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse der Befragung hat das für die Durchführung verantwortliche Meinungsforschungsinstitut forsa auf dem Nordwestdeutschen Milchtreff anlässlich der IGW in Berlin vorgelegt.

Mit dem DIALOG MILCH starteten die Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Niedersachsen (LVN) und Nordrhein-Westfalen (LV-NRW) 2015 eine gemeinsame Initiative für mehr Verständnis und eine bessere Verständigung zwischen der Milchbranche und der breiten Öffentlichkeit. Ziel der Initiative DIALOG MILCH ist denn auch die „Förderung von Verständnis bei gleichzeitigem Versprechen zur Bereitschaft von Veränderung“.
Umgesetzt wird dies durch einen Fächer von Maßnahmen, die in unterschiedlicher Form auf alle wichtigen Interessensgruppen und Meinungsbildner zugeht:
- forsa-Umfrage zur Wahrnehmung, Bedeutung, Vertrauen und Erwartung der deutschen Bevölkerung in die Milchwirtschaft.
- Journalisten werden Workshops zur vertieften Diskussion kritischer Themen angeboten.
- Mit NGO’s und Politikern wird man Positionen und Perspektiven in offener, kontroverser, aber stets sachorientierter Form an runden Tischen diskutieren.
- LandwirtInnen wird eine Schulung zum Botschafter ihres eigenen Berufsstands mit anschließenden Dialog-Einsätzen in ausgewählten Städten angeboten.

Die umfangreiche Befragung zielte neben einer Bestandsaufnahme des Verzehrs- und Kaufverhaltens vor allem auf
- Aspekte wie die Bedeutung der Milchbranche gegenüber anderen Wirtschaftsbranchen,
- den Kenntnisstand und damit die Realitätsnähe der Befragten zu bestimmten Produktpreisen am Markt sowie den aktuellen Auszahlungspreisen für deutsche Milchbauern,
- das Vertrauen der Verbraucher hinsichtlich der Fairness von Molkereien gegenüber ihren Landwirten,
- das Vertrauen der Verbraucher hinsichtlich des Umgangs der Landwirte mit ihren Tieren und der tatsächlichen Ergebnisse ihrer Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit.

Hohe Wertschätzung für Milchwirtschaft und Milchprodukte
Drei Viertel aller Deutschen hält gemäß der forsa-Umfrage Landwirtschaft für wichtiger oder sogar sehr viel wichtiger als jede andere Wirtschaftsbranche. Von der Milchwirtschaft sagen das sogar 86 % aller Befragten (36 % sehr wichtig, 50 % wichtig).
Diese Bedeutung spiegelt sich auch im Stellenwert wider, den Milchprodukte auf dem täglichen Speisezettel einnehmen. Für nahezu jeden Deutschen (98 %) gehören Milchprodukte zur täglichen Ernährung. Damit rangieren Milch und Milchprodukte aus der Sicht der überwiegenden Mehr-

heit der Verbraucher vor Obst, Gemüse und Brot (97 %) und deutlich vor Fleisch (92 %).
Bei der Kaufentscheidung, sagen zwei Drittel aller deutschen Verbraucher, sei die Marke eines Milchproduktes entscheidender für sie als der Preis. Nur ein Drittel richtet seine Entscheidung eher nach dem Preis als nach der Marke.

Zwei Drittel kaufen Milchprodukte aus biologischer Herstellung
Ein Drittel der Verbraucher sagt von sich, sie kauften immer (15 %) oder regelmäßig (18 %) Milch und Milchprodukte aus biologischer Herstellung. Ein weiteres Drittel sagt, hin und wieder Milch und Milchprodukte aus biologischer Herstellung zu kaufen. 28 % der Verbraucher legen keinen Wert auf biologisch hergestellte Milch oder Milchprodukte und kauft solche nie.

Weniger als die Hälfte wissen, was Milch und Butter aktuell kosten
Zugrunde legend, dass ein Liter Vollmilch zum Zeitpunkt der Befragung im bundesdeutschen Durchschnitt zwischen 51 und 80 Cent gekostet hat, wissen nur 44 % aller Befragten, wie viel ein Liter dieses für sie so Wert geschätzten Grundnahrungsmittels kostet.
Fast die Hälfte aller Verbraucher schätzen den Preis erheblich höher ein (22 %: 81 – 100 Cent; 19 %: mehr als 1 Euro). Bei der Befragung wurde ausdrücklich auf Milch aus traditioneller Herstellung verwiesen, um eine Verwechslung mit der in der Regel teureren, biologisch hergestellten Milch auszuschließen.
Ein ähnliches Ergebnis ergibt sich bei der Frage nach dem aktuellen Preis für ein Pfund Butter. Markant außerdem, dass Wähler der Partei „Die Linke“ mit Abstand der Realität am nächsten zu stehen scheint, während Wähler der „Grünen“ die Lage am Milchmarkt tendenziell immer noch schlechter zu sehen scheinen, als sie ohnehin schon ist.

Nur ein Viertel aller Deutschen kennt Milchauszahlungspreis für deutsche Landwirte
Obwohl 66 % aller Befragten in der letzten Zeit Presseberichte über die Milchwirtschaft in Europa und in Deutschland wahrgenommen haben, sogar 81 % von den Protesten der Milchbauern gehört oder gelesen haben und 70 % wissen, dass diese Proteste mit sinkenden Milchpreisen zu tun haben, weiß nur ein Viertel aller Deutschen korrekt, in welcher Cent-Spanne derzeit der Milchauszahlungspreis in Deutschland liegt (26 – 30 Cent zum Zeitpunkt der Befragung).

Fast die Hälfte aller Deutschen vermutet, den Milchbauern gehe es noch schlechter als es tatsächlich der Fall ist: 40 % vermuten den Milchauszahlungspreis unter 25 Cent; 13 % glauben sogar, er liege unter 15 Cent – wobei wiederum auffällig ist, dass unter dieser Gruppe die Mehrzahl Anhänger der „Grünen“ sind.

Skepsis bezüglich Tierwohl. Skepsis gegenüber Exportstrategie
70 % aller Deutschen sind überzeugt davon, dass die Landwirtschaft ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit entwickelt hat und auch viel dafür tut.
Nur knapp die Hälfte (49 %) indessen glaubt, dass sich die Milchwirtschaft zugleich „stark“ für das Wohlergehen der Kühe in modernen Milchviehbetrieben einsetzt. Die andere Hälfte (47 %) möchte dem nicht zustimmen.
Gleichzeitig meinen aber 58 % aller Deutschen, dass die deutsche Landwirtschaft durchaus einen Beitrag zur Welternährung leisten kann.
56 % aller Deutschen sind der Meinung, die moderne deutsche Milchwirtschaft befinde sich mit ihrer strategischen Ausrichtung auf eine Teilnahme am globalen Markt auf dem falschen Weg.

Skepsis gegenüber Molkereien
Groß ist auch die Skepsis gegenüber den Molkereien. Fast drei Viertel der Befragten (73 %) haben Zweifel daran, dass die Milchindustrie aufrichtig kommuniziert, wenn es um die Begründung der aktuell niedrigen Milchauszahlungspreise für die Bauern geht.
Die Begründung der Molkereien, dass der aktuelle Preisverfall durch „massive, nicht vorhersehbare Einbrüche des Weltmarkts“ verursacht sei, halten nur 23 % für glaubwürdig; 73 % dagegen für unglaubwürdig.

Vorstellung der Studienergebnisse beim Nordwestdeutschen Milchtreff

Argumentarium „Ich bin Milchbauer. ... Frag mich doch!

72 Seiten Fragen und Antworten

Das Argumentarium „ICH BIN MILCHBAUER. ... FRAG MICH DOCH!“ ist im Rahmen der Initiative DIALOG MILCH erarbeitet worden. Das Nachschlagewerk dient Milchbauern als grundlegende Informationsquelle für aktuelle Fragen zur deutschen Milchwirtschaft. Dabei wird ein breites Spektrum von allgemeinen bis hin zu detaillierten Fragen abgedeckt, um möglichst alle Punkte der Sorgen, der Kritik und des Informationsbedarfs zu erfassen. Das Argumentarium unterstützt Milcherzeuger, die durch die teils mit großer Emotionalität geführten, kritischen Diskussionen zunehmend in die Defensive gedrängt werden. Die Broschüre wurde gemeinsam mit den Ankündigungen für den Milchlandpreis und die Spannplakate über die Milchsammelwagen der Molkereien im Sommer 2016 an alle Milchbauern in Niedersachsen verteilt.

Bauern als Botschafter

Es ist nicht mehr realistisch (wenn auch wünschenswert und weiterhin zu fördern), dass alle Menschen im Laufe ihres Lebens einen Bauernhof besuchen (laut forsa-Umfrage der LVN waren die wenigsten Menschen in den letzten 10 Jahren auf einem Bauernhof).
Immer wieder berichten uns Milcherzeuger, dass sie sich der versierten Rhetorik vieler Kritiker unterlegen fühlen und sich auch mit Journalisten ungern unterhalten, weil sie sich „ausgetrickst“ fühlen und ihnen „das Wort im Mund umgedreht werde“. Auch im Umgang mit der städtischen Bevölkerung ergeben sich oft mehr Missverständnisse als Verständnis. Ziel der Schulungen ist es, Selbstsicherheit

Schulung der Milchbauern für den Verbraucherdialog

und, durch das Gruppenerlebnis, auch Selbstvertrauen für eine konstruktive Kommunikation zu geben.
An zwei Terminen wurden 20 Landwirtinnen und Landwirte mit folgendem Programm geschult:

- Grundregeln der Gesprächsführung – wie kann ich Sprache und Körpersprache gezielt einsetzen?
- Reizthemen – wie verhalte ich mich?
- Dialogtraining-Praxisübungen
- Umgang mit Journalisten – wo sind die Fallen, welche Rechte habe ich?
- Fakten zum Projekt – was muss ich für meine Tätigkeit als Botschafter wissen?

Als Referenten agierten der Kommunikationsexperte Armin Huttenlocher aus Berlin sowie Dr. Heike Kuhnert aus Hamburg. Herr Huttenlocher begleitet die LVN in der Initiative DIALOG MILCH, Frau Dr. Kuhnert hat die LVN im Rahmen der Nachhaltigkeits-Studie mit dem Thünen-Institut unterstützt. Außerdem unterstützte die Sprechtrainerin Tomma Hangen aus Oldenburg professionell in Sachen Rhetorik.

20 Bauern als Botschafter im Einsatz

Mittendrin – geschulte Botschafter im Einsatz

Wer die „kritische, unwissende“ Zielgruppe (laut forsa-Umfrage sind dies junge Menschen in den Städten) erreichen möchte, muss auf Wochenmärkte oder vor Supermärkte ziehen.
Und genau dort wird man in Zukunft die geschulten Milcherzeuger treffen. Die Botschafter werden sich in der 2. Hälfte des Jahres 2016 zu ihren spannenden Einsätzen aufmachen.
Dabei wird vor allem die Vermittlung von Werten und des „guten Gefühls“ wichtig sein. Wofür stehen Landwirte? Welchen gesellschaftlichen Beitrag leisten sie? Ziel ist es, diese Fragen schlüssig zu beantworten und sie mit positiven Geschichten zu verbinden.

LVN fördert Verzehr von Schulmilch

4.2.2 Aktionen für die Verbraucher von morgen: Milch in KiTa und Schule

Nach den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) gehören Milch und Milchprodukte bei Erwachsenen und Kindern täglich auf den Speiseplan. Ergebnisse der DONALD-Studie zeigen, dass viele Kinder die Empfehlungen der täglichen Kalzium-Zufuhr nicht erreichen. Gerade deshalb ist es wichtig, den Tag mit einer Portion Milch, Kakao, Joghurt oder Quark zu starten. Da viele Kinder gar nicht oder nur unzureichend zu Hause frühstücken, wird das zweite Frühstück in der Schulpause umso wichtiger. Hier hat die tägliche Schulmilch ihren Platz und kann einen wichtigen Beitrag zu einer bedarfsdeckenden Kinderernährung leisten.
Aus diesem Grund unterstützt die Europäische Union schon seit langem das Angebot von Milch mit einem eigenen Förderungsprogramm. Das EU-Schulmilchprogramm fördert den Verkauf von Milch und Milchprodukten in Kindergärten, Vor- und Grundschulen sowie in weiterführenden Schulen. Ziel der LVN ist es, dass möglichst viele Kinder und Jugendliche in den Genuss einer guten Versorgung mit Milch und Milchprodukten kommen. Aus diesem Grund fördert sie die Umsetzung des Schulmilchprogramms in Niedersachsen und berät Schulen in Fragen der Schulmilchbelieferung.
Um den Verzehr von Milch und Milcherzeugnissen an Schulen zu fördern, stellt die EU für jeden Schüler einen bestimmten Betrag pro Schultag als Schulmilchbeihilfe zur Verfügung. Derzeit wird in Deutschland etwa 4,5 Cent Beihilfe pro Schüler und Schultag für eine Menge von 0,25 l Milch oder Milchmischgetränk gezahlt.
Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erfasst statistische Daten zur Schulmilch für die einzelnen Bundesländer. Während der rückläufige Trend bei den Mengen der beihilfegeförderten Schulmilch in den meisten Bundesländern weiter anhielt, zeichnete sich in Niedersachsen und Bremen ein positiver Anstieg der Mengen ab. Im Schuljahr 2014/2015 wurden 3.551 t Schulmilch mit einer Beihilfe gefördert. Das entsprach einem Anstieg von 3,9 %. Im Bundesdurchschnitt zeigte sich dagegen ein Rückgang von – 9,9 %.
Neben der Beihilfe seitens der EU für Trinkmilchprodukte unterstützt die LVN auch die praktische Umsetzung des Programms vor Ort in den Schulen. Sie bietet einen Infoflyer und telefonische Beratung bei Fragen zur Schulmilch. Zusätzlich gewährt die LVN den Schulmilchlieferanten Zuschüsse für die Beschaffung und Aufstellung geeigneter Kühlgeräte, um die Schulen vor Ort bei dem sicheren und hygienischen Umgang mit der Schulmilch zu unterstützen.

Die Schulmilchlieferanten zeigten sich auch im Jahr 2015/2016 als verlässliche Partner in der Schulmilchversorgung. Sie sind wichtige Mittler zwischen Schule/Kita und LVN – nutzen und vermitteln das Medienangebot der LVN und tragen große und kleine Probleme hinsichtlich der Belieferung aus den Einrichtungen an die LVN. In der großen Mehrheit können gemeinsam Lösungen aufgezeigt werden oder entsprechende konstruktive Schritte eingeleitet werden.
Die LVN hält einen Folder mit dem Titel: „Informationen rund um die Schulmilch“ bereit, der u. a. alle Schulmilchlieferanten aufführt. Dieser ist auf der Homepage der LVN im Bereich Schulen und Kitas zu finden.

Milch-Angebote für KiTas
Ernährungsgewohnheiten werden früh geprägt. Jeder erinnert sich an das Sprichwort „Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr“. Die LVN setzt mit ihren Aktivitäten deshalb bei den Kleinsten an. Das Angebot reicht über das Minimilchbuch „Mia mag Milch“, welches seit der Erstveröffentlichung in 2014 inzwischen in einer Stückzahl von 80.000 Exemplaren an die Jüngsten in Niedersachsen verteilt wurde.

Gefragt: Mini-Milch-Buch 2 – Bei Ben auf dem Bauernhof

Besonders im Vorschulalter macht der selbständige Umgang mit Messer & Co beim Milchtag stolz und gibt den Kindern Selbstvertrauen

Im Februar 2016 ist ein weiteres Minimilchbuch mit dem Titel „Bei Ben auf dem Bauernhof“ mit einem männlichen Protagonisten erschienen. Auch dieses Exemplar konnte mit großem Erfolg und positiver Resonanz bei der Zielgruppe landen. So wurden in der ersten Auflage 20.000 Stück innerhalb eines Vierteljahres ausgegeben. Auch beim Tag des offenen Hofes 2016 fanden die beiden Mini-Milchbücher großen Anklang bei Familien mit Kindern im Vorschulalter.

Besonders gefragt: 100.000 Mini-Milch-Bücher

Noch im Sommer 2016 erschien ein drittes Heftchen in der Reihe der Minimilchbücher. Es trägt den Titel „Mia und Moritz auf großer Melkhüstour“ und beschreibt die spannenden Erlebnisse der beiden schon bekannten Protagonisten auf einer Radtour zu verschiedenen Melkhüs. Dieses wurde, wie der Titel erwarten lässt, auch den Melkhüs zur Weitergabe für die kleinen Besucher zur Verfügung gestellt.
Dienen die drei Mini-Milchbücher eher der Unterhaltung für die Jüngsten, setzen die anderen beiden Kinderbücher auf Wissensvermittlung. Kindgerechte Erklärungen zur Milcherzeugung verstecken sich im Kinderbuch „Sieben Kinder, eine goldene Kuh und ein Schwimmbad voll Milch“, Ernährungswissen im Buch „Ein seltsamer Diebstahl“. Beide Bücher wurden bereits mehrfach aufgelegt und insgesamt mehr als 200.000 Exemplare abgefragt.

Neu auf dem Markt – Mia und Moritz auf großer Melkhüstour

Die Bücher haben in ihrer Beliebtheit in den letzten Jahren nichts eingebüßt und werden von der LVN weiterhin für die Zielgruppe der 5- bis 10-Jährigen aufgelegt.

Ergänzt wird das LVN-Angebot für KiTas durch Materialien, die ein gemeinsames Pausenfrühstück unterstützen. Das „Gemeinsam schmausen in den Pausen-Paket“ thematisiert die Herkunft des Lebensmittels Milch. Tischsets und Poster schmücken ein modernes Bauernhof-Wimmelbild. Und auch Eltern und Erzieher werden mit dem Thema vertraut gemacht, indem sie kurze Infos über Ernährung, Milch und Frühstück erhalten.

101 x aktiv mit und für Milch in KiTa und Schule

Seit nunmehr 3 Jahren betreuen die Mitarbeiter der LVN auch persönlich Projekte in den KiTas vor Ort. Unter dem Motto „Heute ist Milchtag“ haben KiTas für ihre Vorschulkinder die Gelegenheit, eine kleine Kocheinheit bei der LVN zu buchen. Sehr erfreulich ist die sehr gute Nachfrage: Im Berichtszeitraum wurden über 35 Milchtage rund um Hannover und Oldenburg durchgeführt.

Mit Hilfe des kindgerechten Posters „Der Weg der Milch“ verfolgen die Kinder den Weg von der Kuh bis auf ihren Frühstückstisch. Im praktischen Teil erfahren sie Vieles über Milch und Milchprodukte im täglichen Speiseplan und stellen selbst Milchspeisen her, die zum Abschluss am bunt dekorierten Tisch gemeinsam verzehrt werden. Die Bewegung kommt nicht zu kurz, denn zwischendurch wird tanzend „Butter geschüttelt“.

Die Geschichte von Karla, Kalle und Herrn Klugschwatz fesselt die kleinen Besucher

„Herr Klugschwatz und seine verrückte Milchidee“ ist bei niedersächsischen KiTa-Kindern inzwischen gut bekannt. Das Puppentheaterstück wurde viele Male angefragt und erfreute sich auch beim Internationalen Tag der Milch großer Beliebtheit. Neben dem Ohrwurm „Milch macht fit, Milch macht schlau“ bleiben bei den Kindern auch einige Inhalte aus dem Stück, z. B. der Inhaltsstoff Kalzium für Knochen und Zähne, oft lange in Erinnerung, so die Berichte aus den KiTas.

Milch-Angebote für Grundschulen

Kinder mögen gemeinsame Mahlzeiten in entspannter Atmosphäre!

Ein gemeinsames ausgewogenes Frühstück ist gesund und lecker und fördert die Kommunikation und das Sozialverhalten sowie die Konzentration, Leistungsfähigkeit, Fröhlichkeit und Aktivität.

Unter dem Motto „Gemeinsam schmausen in den Pausen“ bietet die LVN in Kooperation mit der DGE (Deutschen Gesellschaft für Ernährung, Sektion Niedersachsen), allen niedersächsischen Grund- und Förderschulen anschauliches Material für das gemeinsame Lehrer-Schüler-Frühstück an und erinnert an die Bedeutung der täglichen Schulmilch im Rahmen einer gesunden Ernährung. Laut dem Forschungsinstitut für Kinderernährung in Dortmund sind Milch und Milchprodukte neben Obst und Rohkost die wichtigsten Bausteine für ein zweites Frühstück in der Schule.

„Meine Umwelt und ich“ passt genau in den Lehrplan

Schon früh werden ganz wesentliche Grundbausteine für Einstellungen und Werte gelegt.

Zum Thema Essen gehören alle Bereiche, die mit der „Vor- und Nachbereitung einer guten Ernährung“ zusammenhängen. Und hier bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, das Thema Umwelt einzubinden. Die Thematisierung im Unterricht und die lebendige und spielerische Gestaltung von komplexen und zukunftsrelevanten Themen wie Ernährung und Umwelt, leisten einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Entwicklung.

Leiterspiel „Meine Umwelt und ich“

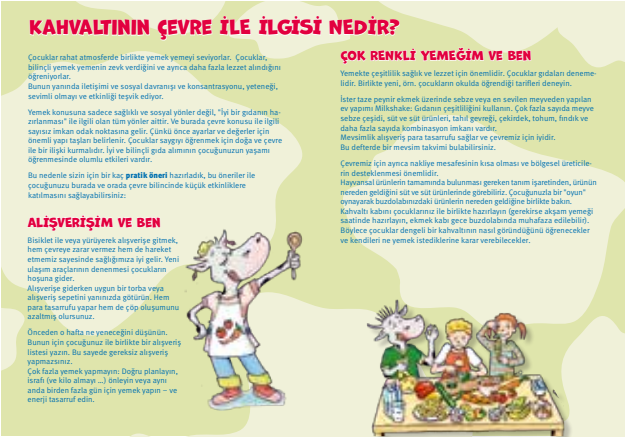
Altersgerecht wurde das Thema in „Meine Umwelt und ich“ übersetzt und für das diesjährige Frühstücksmaterial in kindgerechte, bunte Bilder mit einem tollen Spiel verwandelt.

Die kostenlosen Frühstücks-Materialien für das gemeinsame Schulfrühstück umfassen neben einem abwischbaren Tischset auch ein Poster für den Klassenraum sowie Infobroschüren Lehrer und Eltern. Die Elterninfo stellt die LVN auch in türkischer und arabischer Sprache zum Download auf ihrer Homepage zur Verfügung. Allen Grund- und Förderschulen in Niedersachsen wurde das Material direkt als Mustersendung vor den Sommerferien vorgestellt. Ein Bestellformular ermöglichte die Bestellung von Klassen- oder Schulsätzen, die rechtzeitig zum neuen Schuljahr ausgeliefert wurden.

50.000 Tischsets für kleine Milchtrinker

Milch-Angebote für weiterführende Schulen „wir frühstücken“

Mit zunehmendem Alter der Kinder schwindet die Bedeutung des gemeinsamen Frühstücks zu Hause. Daher ist das Frühstück in den weiterführenden Schulen in der Altersgruppe der 10- bis 18-Jährigen besonders wichtig. Denn für viele Kinder und Jugendliche ist das Schulfrühstück die erste Mahlzeit am Tag. Milch und Milchprodukte bilden die Basis eines ausgewogenen Frühstücks und liefern wichtige Nährstoffe, Vitamine und Mineralstoffe, wie z.B. Kalzium. Milch und Milchprodukte gehören zu einem ausgewogenen Frühstück dazu. Daher dürfen sie auch in der Zwischenverpflegung in der Schule nicht fehlen. Während in den Kindergärten und Grundschulen das gemeinsame Frühstück zum täglichen Ritual gehört, findet ein


KAHVALTININ ÇEVRE İLE İLGİSİ NEDİR?

Çocuklar rahat atmosferde birlikte yemek yemeyi seviyorlar. Çocuklar, bilinçli yemek yemenin zevk verdiğini ve ayrıca daha fazla lezzet alındığını öğreniyorlar.
Bunun yanında iletişimi ve sosyal davranışı ve konsantrasyonu, yeteneği, sevimli olmayı ve etkinliği teşvik ediyor.

Yemek konusuna sadece sağlıklı ve sosyal yönler değil, "İyi bir gıdanın hazırlanması" ile ilgili olan tüm yönler aittir. Ve burada çevre konusu ile ilgili sayısız imkan odak noktasına gelir. Çünkü önce ayarlar ve değerler için önemli yapı taşları belirlenir. Çocuklar saygıyı öğrenmek için doğa ve çevre ile bir ilişki kurmalıdır. İyi ve bilinçli gıda alımının çocuğunuzun yaşamı öğrenmesinde olumlu etkileri vardır.

Bu nedenle sizin için bir kaç **pratik öneri** hazırladık, bu öneriler ile çocuğunuzu burada ve orada çevre bilincinde küçük etkinliklere katılmasını sağlayabilirsiniz:

ÇOK RENKLİ YEMEĞİM VE BEN

Yemekte çeşitlilik sağlık ve lezzet için önemlidir. Çocuklar gıdaları denemelidir. Birlikte yeni, örn. çocukların okulda öğrendiği tarifleri deneyin.

İster taze peynir ekmek üzerinde sebze veya en sevilen meyveden yapılan ev yapımı Milkshake: Gıdanın çeşitliliğini kullanın. Çok fazla sayıda meyve sebze çeşidi, süt ve süt ürünleri, tahıl gevreği, çekirdek, tohum, fındık ve daha fazla sayıda kombinasyon imkanı vardır.
Mevsimlik alışveriş para tasarrufu sağlar ve çevremiz için iyidir.
Bu defterde bir mevsim takvimi bulabilirsiniz.

Çevremiz için ayrıca nakliye mesafesinin kısa olması ve bölgesel üreticilerin desteklenmesi önemlidir.
Hayvansal ürünlerin tamamında bulunması gereken tanım işaretinden, ürünün nereden geldiğini süt ve süt ürünlerinde görebilirsiz. Çocuğunuzla bir "oyun" oynayarak buzdolabınızdaki ürünlerin nereden geldiğine birlikte bakın.
Kahvaltı kabını çocuklarınız ile birlikte hazırlayın (gerekirse akşam yemeği saatinde hazırlayın, ekmek kabı gece buzdolabında muhafaza edilebilir). Böylece çocuklar dengeli bir kahvaltının nasıl göründüğünü öğrenecekler ve kendileri ne yemek istediklerine karar verebilecekler.

ALIŞVERİŞİM VE BEN

Bisiklet ile veya yürüyerek alışverişe gitmek, hem çevreye zarar vermez hem de hareket etmemiz sayesinde sağlığımıza iyi gelir. Yeni ulaşım araçlarının denenmesi çocukların hoşuna gider.
Alışverişe giderken uygun bir torba veya alışveriş sepetini yanınızda götürün. Hem para tasarrufu yapar hem de çöp oluşumunu azaltmış olursunuz.

Önceden o hafta ne yeneceğini düşünün. Bunun için çocuğunuz ile birlikte bir alışveriş listesi yazın. Bu sayede gereksiz alışveriş yapmazsınız.
Çok fazla yemek yapmayın: Doğru planlayın, israfı (ve kilo almayı ...) önleyin veya aynı anda birden fazla gün için yemek yapın – ve enerji tasarruf edin.

Elterninfo zum Schulfrühstück in türkischer Sprache

Elterninfo zum Schulfrühstück in arabischer Sprache

gemeinsames Frühstück im Klassenverband in weiterführenden Schulen nicht mehr statt. Wenn in den Schulen kein Caterer mit der Zwischenverpflegung beauftragt ist und auch kein Hausmeister vor Ort ist, der Schulmilch verkauft, bieten sich verschiedene Modelle an, um eine vollwertige Zwischenverpflegung in den Schulen anbieten zu können. Da gibt es z.B. die Möglichkeit im Rahmen von Schülerfirmen ein Cateringunternehmen für die Pausenverpflegung einzurichten. Aber auch AGs im Rahmen des Fachunterrichts oder Elterninitiativen können sich in dem Bereich einbringen.
Unter dem Dach des LVN-Projekts „wir frühstücken“ sind einige niedersächsische Schulen vereint, die in Form unterschiedlicher Modelle ein positives Verpflegungsangebot anbieten. Die LVN unterstützt die beteiligten Schulen durch Know-how, jährliche Workshops und ein attraktives Bonussystem.

Im Schuljahr 2015/2016 ist eine weitere Schule bei „wir frühstücken“ eingestiegen. In der Johann Comenius Schule Cloppenburg bestanden schon zuvor mehrere Schülergenossenschaften, die im Wahlpflichtkurs Wirtschaft betreut werden. Eine der Schülerfirmen betreibt einen Kiosk. Sie wird unterstützt durch eine Minijobberin.

Milch im Trend: Street Food

Am 26.04.2016 wurde in der Volkshochschule Hannover der 9. Workshop „wir frühstücken“ als eine interne Weiterbildung organisiert. Die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler, Lehrkräfte und Angestellte im Kiosk, die zum Workshop geladen waren, beschäftigten sich in der Praxis mit dem Trendthema „Street Food“. Referentin Manuela Brieger (Dipl. Päd. u. Dipl. Oec. troph.) hatte dazu eine Vielzahl attraktiver Rezepte im Gepäck.
Unter dem Titel „Erfolgreich im Verkaufsgespräch“ führte Nerissa Rothhardt (Dipl.-Musikerin und Rhetoriktrainerin) in einem Rhetorik-Workshop in die Kunst der Körpersprache und des souveränen Auftritts ein. Die Teilnehmer nutzten die Gelegenheit sich sowohl untereinander, als auch mit den Referenten lebhaft auszutauschen. Besonders der

Beim „wir frühstücken“-Workshop wird geschnippelt, gerührt und gekocht – ganz praktisch

„wir frühstücken“ – nach dem praktischen Teil in der Küche wird gemeinsam genossen

Trendiges Street Food nimmt seinen Weg in die Schulverpflegung beim „wir frühstücken"- Workshop

Shakeseminar als Weiterbildung für jugendliche Flüchtlinge

praktische Teil in der Küche hat allen viel Freude bereitet, was an den schmackhaften Ergebnissen ganz deutlich wurde. Somit bleibt zu hoffen, dass durch den Workshop auch die Motivation geweckt wurde, das eine oder andere Rezept im heimischen Schulkiosk zu testen.

Milch in den Imbissbuden dieser Welt

Milch und Milchprodukte sind ein fester Bestandteil von Street Food. Altbewährte Milchshakes und Smoothies sind der Hit auf Street Food-Festivals. In Kombination mit den verrücktesten Gewürzen und exotischsten Früchten wird die Milch „an den Mann" (und/oder die Frau) gebracht. Auch das sogenannte Handbrot, mit Käse gefüllt und einem kräftigen Schlag Schmand oben drauf, erfreut sich sehr großer Beliebtheit. Vor allem auf Open-Air-Festivals im Sommer ist speziell diese Leckerei kaum noch wegzudenken. Auch Köstlichkeiten wie der US-amerikanische Frozen Joghurt mit bunten Toppings, die orientalischen Falaffel mit Minz-Joghurtsoße, die türkischen Sigara Böregi mit Knoblauchjoghurt, der ungarische Langos mit Käse und Sauerrahm, die italienischen Panini mit Tomate und Mozzarella oder die mexikanischen Nachos mit Käsesoße sind in anderen Ländern Klassiker und werden hier von den neugierigen Street Food-Fans gerne verzehrt.

Snack- und Shakeseminare

Shakes und schnelle Snacks stehen bei Jugendlichen ganz hoch im Kurs. Die LVN zeigt ihnen in ihren Seminaren, wie sie sich mit einfachen Rezepten selbst leckere Speisen unter Berücksichtigung kalziumreicher Milchprodukte herstellen können. Im Vordergrund steht das gemeinsame Kochen in Gruppen und das gegenseitige Unterstützen beim Rezepte verstehen und Küchengeräte bedienen.

Milchshake statt Mathe

Milchshakes – eigene Kreationen überzeugen

Während der 90 Minuten geben die LVN-Mitarbeiter Tipps und Tricks für die Verfeinerung der Speisen, für die Dekoration und liefern ganz nebenbei theoretische Hintergründe zu den verarbeiteten Milch und Milchprodukten. Ziel jedes Workshops ist natürlich das gemeinsame Essen der zubereiteten Shakes und Snacks. Die Rezepte sind in einer trendigen Broschüre gebündelt, die jeder Teilnehmer am Ende mit nach Hause nimmt.

Im Berichtszeitraum für das Schuljahr 2015/2016 führte die LVN insgesamt 54 Shake- und Snackseminare in Niedersachsen durch. Sie fanden in zahlreichen Pressemeldungen Beachtung.

Oberschule Varel gewinnt Shakeseminar

Milch im Abitur
In den Jahren 2016 und 2017 gab/gibt es in den Berufsbildenden Schulen in Niedersachsen den Abiturschwerpunkt: „Be- und Verarbeitung von Milch und Milchprodukten“. Die LVN bot/bietet den BBS deshalb zielgruppengerechte Vorträge zu folgenden Themen an.

Thema 1 – Wie kommen die Löcher in den Käse? Technologische Verfahren in der Lebensmittelverarbeitung

Thema 2 – Kreuz und quer durchs Milchregal! Alles über Herstellung, Inhaltsstoffe und Kennzeichnung

Die Vorträge wurden von 22 Schulen abgefragt, die Referenten bekamen viel positives Feedback von Schülern und Lehrern.

Milch-Medien
Realistisch, nicht romantisch – nach diesem Motto erstellt die LVN Material über die moderne Milchwirtschaft sowie über die Bedeutung von Milch und Milchprodukten in der Ernährung.
Lehrer und Lehrerinnen greifen das vielschichtige Thema gerne auf und bedienen sich dabei der Milch-Medien der LVN. Das Material reicht von Infotafeln über Poster und Bastelmaterialien bis hin zu Rezepten, Experimenten und Videosequenzen. Die Medien sind auf der Homepage www.milchwirtschaft.de einzusehen.
Die in Kooperation mit der IMA und den milchwirtschaftlichen Landesvereinigungen der anderen Bundesländer sowie der GML erarbeitete Milchmappe für Grundschulen wurde ergänzt durch eine umfassende Mappe für die Sekundarstufe I und II. Das ausführliche Arbeitsmaterial für Lehrkräfte inkl. Kopiervorlagen für Arbeitsblätter wurde im Frühjahr 2016 fertiggestellt und veröffentlicht. Die Mappe kann über die LVN und die GML als Druckversion bestellt werden. Eine Web-Version zum Download findet sich unter www.milchwirtschaft.de.

Milch-Material ist gefragt

Alle Milch-Medien und bezuschusste Milchgetränke kamen auf Sportfesten, Gesundheitstagen, Frühstücksaktionen usw. zum Einsatz.

Gemeinsam für Milch in der Schule – unsere wichtigsten Partner *

Kooperationspartner der LVN:
- Niedersächsisches Kultusministerium (Bewegter Kindergarten „Rollplan“)
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Sektion Niedersachsen e.V. (DGE) (Tag der „Schulverpflegung“, Fachtagungen, Frühstücksaktion)
- Landesvereinigung für Gesundheit und Akademie für Sozialmedizin Niedersachsen e. V. (LVG) (Netzwerk KiTa, Gesund leben lernen, Wettbewerb „Be Smart – Don’t Start“)
- Die Initiative, Internetplattform für Gesundheit, Bildung, Entwicklung in Niedersachsen
- Landesarbeitsgemeinschaft zur Förderung der Jugendzahnpflege in Niedersachsen e. V. (Tag der Zahngesundheit)
- Marketinggemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V. (Wettbewerb „Fair bringt mehr“)
- Niedersächsische Schulmilchlieferanten
- Hochschulen Osnabrück, Gießen (Bachelorarbeit, Projekte, Praktikanten)
- Vernetzungsstelle Schulverpflegung Niedersachsen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (VESCH)
- Nachhaltige Schülerfirmen (NaSCH) in Niedersachsen (Shakeseminare, Messen)
- Niedersächsische Landesschulbehörde
- Niedersächsischer LandFrauenverband e. V. (Kochen mit Kindern, Landwirtschaft für kleine Hände)
- Bündnis „Plattform Ernährung und Bewegung e. V.“ (peb)
- ver.di – Gewerkschaft (Fachtagungen für Erzieher)
- Evangelische Landeskirche Niedersachsen (Fachtagung für Erzieher)
- Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen Nordrhein-Westfalen e.V.
- Behinderten-Sportverband Niedersachsen (BSN)
- Melkhüs in Niedersachsen
- Landvolk Niedersachsen – Landesbauernverband
- i.m.a - information.medien.agrar e.V. (IMA)
- Institut für Ernährungspsychologie, Georg-August-Universität Göttingen

* hier finden Sie auch die wichtigsten Abkürzungen

Schülerinnen und Schüler lernen Berufsbilder rund um die Milch kennen

4.2.3 Messen | Ausstellungen | Wettbewerbe

Direkte Kontakte zu Verbrauchern und Fachbesuchern steigern nicht nur den Bekanntheitsgrad nachhaltig, sondern fördern auch den Informationsaustausch. Deshalb gehören Messeauftritte, sowohl auf Fach- als auch auf Verbrauchermessen, zum Maßnahmenpaket der LVN. Mit thematischen Schwerpunkten wie „Wertschöpfung und Nachhaltigkeit in der Milchproduktion“, „Ausbildungsmöglichkeiten in der Milchwirtschaft“ sowie „Kulinarische Vielfalt der neuen Rezeptplattform Landgemachtes“ vertrat die LVN 2015/2016 die Interessen der Niedersächsischen Milchwirtschaft. Dabei verfolgt sie ein einheitliches Standkonzept und bietet auf Gemeinschaftsständen mit Molkereien oder Hochschulen bzw. befreundeten Verbänden eine kompetente, organisatorische Unterstützung in Planung und Durchführung der Messen an.

➔ IdeenExpo, Hannover: 04.07. – 12.07.2015

- LVN und Hochschule Hannover Fakultät II – Maschinenbau und Bioverfahrenstechnik
- Fokusthema: Ausbildungsmöglichkeiten am Weg der Milch vom Erzeuger bis zum Verbraucher
- Drei Mitmach-Exponate: Videostation My KuhTube (Berufsbild Landwirt), Lactoperoxidasetest (Berufsfeld Labor) und halbautomatische Verpackungsmaschine (Berufsfeld Milchverarbeitung)
- Besucherrekord: 351.000 Besucher in neun Tagen

➔ Tarmstedter Ausstellung: 10.07. – 13.07.2015

- LVN-Stand in Zelthalle 5 (Milchhalle)
- Milchbar mit erweitertem Snackangebot sowie Werbemittelverkauf
- Mitmachtool Balanceboard mit dem Thema „Lebenslang in Balance mit Milchprodukten“: Hier testeten Groß und Klein, Jung und Alt ihren Gleichgewichtssinn
- In vier Messetagen rund 99.000 Besucher

➔ LandTageNord, Wüsting: 21.08. – 24.08.2015

- Melkbare Holzkuh, Käsebrett und LVN-Milchkanne mit Werbemittelverkauf im Einsatz
- Melkhüs aus den Regionen Wesermarsch und Wildeshauser Geest sorgten für köstliche Milchverpflegung
- Über 70.000 Besucher an den Ständen der rund 550 Aussteller an vier Messetagen

Gefragt: Die Milchbar

In Balance mit Milchprodukten

Unverwechselbarer Wegweiser zur Milch

Kuh-le Motive

Nachhaltigkeit in der Milcherzeugung: verbrauchernah erklärt

➔ infa, Hannover: 10.10. – 18.10.2015

- Leitthema und Quiz: Nachhaltigkeit und Verantwortung in der Milcherzeugung
- Geschicklichkeitstest: Mit den Kuh-len Muhploppern ins Ziel treffen
- Schwarzweiße Werbemittel und geschminkte Kuhmotive rundeten den Messeauftritt ab
- Größte Verbraucherausstellung Norddeutschlands mit rund 1.400 Ausstellern
- Mehr als 177.000 Gäste

➔ anuga, Köln: 10.10. – 14.10.2015

- LVN gemeinsam mit 6 niedersächsischen Molkereiunternehmen: frischli Milchwerke GmbH, Molkerei Ammerland eG, Rücker GmbH, Petri Feinkost GmbH & Co. KG, Elsdorfer Molkerei und Feinkost GmbH und TURM-Sahne GmbH
- Gemeinschaftsstand „Milchland Niedersachsen“ zeigte vielfältige Speisen und Getränke auf Milchbasis und bot den richtigen Platz für Fachgespräche bei niedersächsischen Gaumenfreunden
- Mehr als 158.000 Fachbesucher aus 192 Ländern zu Gast bei rund 7.200 Ausstellern

➔ Internationale Grüne Woche, Berlin: 15.01. – 24.01.2016

- LVN-Stand in der Niedersachsenhalle
- Schwerpunktthema: Online-Rezeptportal „Landgemachtes“
- Milchbar mit erweitertem Snackangebot: Softeis, FrozenYoghurt und Paninis
- Milchlandpreisträger auf der Bühne des Erlebnisbauernhofes
- Milchlandpreisgewinner, KuhBit-Bonusprogramm-Teilnehmer und Milchlandpreis-Tombola-Gewinner zu Gast in Berlin

Landtagsabgeordnete informierten sich über das neue Rezeptportal Landgemachtes

Willkommen im Milchland Niedersachsen

Milchlandpreisgewinner auf der Bühne

Neu im Milch-Programm: FrozenYoghurt und Softeis

Gäste aus Niedersachsen: Milchlandpreisgewinner Familie Schulte (Bildmitte, unten) und weitere niedersächsische Landwirte am Stand der LVN

- Zahlreiche Bühnenauftritte für die Landköchinnen von Landgemachtes auf der Niedersachsenbühne, der NRW-Halle und dem Erlebnisbauernhof
- „Wertschöpfung und Nachhaltigkeit in der Milchproduktion“ als Thema auf der Erlebnisbauernhof-Bühne mit LVN-Vorstand Jan Heusmann
- Bedeutendste Agrarmesse und Dialogplattform mit etwa 400.000 Besuchern
- **Rahmenprogramm: Nordwestdeutscher Milchtreff**, gemeinsam mit der LV Milch NRW und der Milcherzeugervereinigung Schleswig-Holstein am 19. Januar 2016
- Fokusthema: Initiative DIALOG MILCH, Vorstellung der Ergebnisse einer repräsentativen forsa-Umfrage zur Wahrnehmung und zum Ansehen der deutschen Milchwirtschaft in den Augen der deutschen Verbraucher

Vorschau auf die Ausstellungsbeteiligungen 2016/2017

Ostfrieslandschau, Leer	30.09. – 03.10.2016
infa, Hannover	15.10. – 23.10.2016
EuroTier, Hannover	15.11. – 18.11.2016
Grüne Woche, Berlin	20.01. – 29.01 2017
IdeenExpo, Hannover	10.06. – 18.06.2017

Milchtreff – sehr gut besucht

Veranstalter, Sponsoren und Referenten des Milchtreffs

Ministerpräsident Stephan Weil verleiht die Goldene Olga an Familie Schulte aus Rhauderfehn

15 Jahre Goldene Olga: LVN-Vorstände Jan Heusmann und Herbert Heyen

Wichtiges Branchen-Ereignis | Milchlandpreis für nachhaltiges Wirtschaften | Vergabe der „Goldenen Olga“

Der Wettbewerb Milchlandpreis trägt das Qualitätsbestreben und die wirtschaftliche Bedeutung der niedersächsischen Milchwirtschaft an die Öffentlichkeit.
Er setzt ein Zeichen im Hinblick auf eine transparente Produktion und demonstriert die moderne, leistungsfähige Landwirtschaft im Milchland Niedersachsen. Eine Platzierung unter den besten Milcherzeugern bestätigt nicht nur dem betreffenden Betrieb ein hervorragendes Management und beste Qualität des Rohstoffes Milch, sondern ist auch für den Berufsstand und die verarbeitende Molkerei ein Aushängeschild für ausgezeichnete Arbeit.
Das gesamte Konzept „Milchlandpreis“ ist ein optimales Marketingprogramm für gute bäuerliche Produktionsmethoden in der Land- und Milchwirtschaft und zudem eine sinnvolle Aufklärungskampagne für alle Verbraucher.
Die „Goldene Olga“ ist inzwischen bekannt bis in die Staatskanzlei. In diesem Jubiläums-Jahr hat es sich Ministerpräsident Stephan Weil nicht nehmen lassen, selbst die „Olga“ am 4. Dezember 2015 in Bad Zwischenahn für den „Besten Milcherzeuger des Jahres 2015“ zu verleihen. Im April des Folgejahres besuchte er den Gewinner-Hof der Familie Schulte sogar in Rhauderfehn.

15 Jahre Milchlandpreis-Wettbewerb

Die Goldene Olga, auch bekannt als „Oskar der Milchwirtschaft“, hat auch im 15. Wettbewerbs-Jahr nicht an Glanz verloren.

Hoher Besuch: Ministerpräsident Weil zu Gast bei Familie Schulte

Alle Preisträger 2015

Neben dem Gewinnerbetrieb wurden 16 hervorragende Betriebe ausgezeichnet, nachdem Gutachter ihre Betriebe im Herbst unter die Lupe genommen hatten.

Alle Preisträger wurden nach ihrer Auszeichnung in der lokalen Presse vorgestellt. Ein besonderes Interesse galt dabei dem Erstplatzierten. Auf allen anderen platzierten Höfen wurden Hofschilder übergeben. Alle Veranstaltungen wurden mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Verbänden gefeiert und machen den Milchlandpreis zu einem wichtigen milchwirtschaftlichen Branchen-Ereignis.

Milchlandpreis 2015: Übersicht der Preisträger

Name	Vorname	Molkerei	Platz	Anzahl Kühe	PLZ	Ort	Landkreis
Schulte	Bertraud und Hilmar Schulte, Hilmar Bernd Schulte	Molkerei Ammerland eG	1	140	26817	Rhauderfehn-Holte	Leer
Wilde GbR	Alberta und Gerrit-Jan Wilde, Henning Wilde	Kooperative Milchverwertung Emlichheim-Laarwald-Wielen-Wilsum eG	2	130	49824	Emlichheim	Grafschaft Bentheim
Börger	Jessica und Hartmut Börger	DMK Deutsches Milchkontor eG	3	130	49835	Wietmarschen	Grafschaft Bentheim
Rust GbR	Marie-Luise und Friedrich Rust, Julia und Torsten Rust	frischli Milchwerke GmbH	4	120	31592	Stolzenau-Anemolter	Nienburg
Glameyer-Schlüer GbR	Ute Schlüer und Bernd Glameyer-Schlüer, Henry Schlüer	Molkerei Lamstedt eG	5	150	21775	Steinau	Cuxhaven
Fübbeker GbR	Mechthild und Martin Fübbeker, David Fübbeker	Paul Mertens Molkerei GmbH & Co. KG	Plätze 6 - 17, namensalphabetisch	85	49832	Freren-Suttrup	Emsland
Gröttrup GbR	Frieda und Jan Gröttrup, Gerrit Gröttrup und Carina Hechler	DMK Deutsches Milchkontor eG		150	48465	Isterberg	Grafschaft Bentheim
Hegemann GbR	Johannes und Michael Hegemann	DOC Kaas Milchprodukte GmbH		180	26892	Lehe	Emsland
Heldberg	Birgit und Stefan Heldberg	frischli Milchwerke GmbH		100	27374	Visselhövede-Wittorf	Rotenburg (Wümme)
Kethorn GbR	Gerlinde und Heinrich Kethorn, Anja und Lars Kethorn	DMK Deutsches Milchkontor eG		100	48465	Isterberg	Grafschaft Bentheim
Laukamp Schierloh GbR	Mathilde Schierloh Bernhard Laukamp Schierloh	DMK Deutsches Milchkontor eG		150	49219	Glandorf	Osnabrück
Lucassen	Anita und Michael Lucassen	Molkerei Ammerland eG		130	26676	Barßel	Cloppenburg
Maathuis GbR	Dita und Gerrit-Jan Maathuis, Heike und Hanjo Maathuis	DMK Deutsches Milchkontor eG		100	49843	Haftenkamp	Grafschaft Bentheim
Rolfers	Mechthild und Günter Rolfers, Florian Rolfers	DMK Deutsches Milchkontor eG		85	49770	Herzlake	Emsland
Schröder	Bianca und Rolf Schröder	frischli Milchwerke GmbH		200	31600	Uchte-Woltringhausen	Nienburg
Schwering	Maria und Helmut Schwering, Jennifer und Martin Schwering	DMK Deutsches Milchkontor eG		108	49744	Geeste-Gr. Hesepe	Emsland
Smit GbR	Stefanie und Focko Smit	DMK Deutsches Milchkontor eG		250	26736	Krummhörn	Aurich

Gerade in diesem schwierigen Jahr rückte der Wettbewerb neben ökonomischen Aspekten Themen wie Ökologie, Tierwohl, Soziales und vor allem die Leistungen der Milcherzeuger als Unternehmer in den Mittelpunkt der Berichterstattung, denn diese Kriterien gehen maßgeblich in die Bewertung der Betriebe ein.

Die Inhalte des Milchlandpreises

- Unternehmerpreis für nachhaltiges Wirtschaften in Niedersachsen
- Qualität der erzeugten Milch
- Betriebsgerechtes Herdenmanagement
- Ergebnisorientiertes Wirtschaften
- Zukunftsweisende Betriebsplanung
- Positive Mitarbeit in der Öffentlichkeit

Mit über 110 Meldungen in Tages- und Fachpresse, in Funk und Fernsehen sowie Online gehörte der Milchlandpreis zu den medienwirksamsten Aktionen der LVN. Eine Highlight-Veröffentlichung war ein Artikel in der taz, Online und Print.

Mehr als 110 Pressemeldungen nehmen vorbildliche Landwirte in den Fokus

Weitere Olga-Traditionen

Traditionell trafen sich im Sommer alle Milchland-Preisträger des Vorjahres auf dem Gewinnerbetrieb.

Treffen der Top-Betriebe 2015

Außerdem tauschten sich auch viele Olga-Gewinner der 15 Jahre bei einem Treffen fachlich aus.

Treffen der Olga-Gewinner („Goldies“)

Im Juni 2016 startete die Ausschreibung für den 16. Durchgang des Wettbewerbes. In diesem Jahr wird der Niedersächsische Landwirtschaftsminister Christian Meyer die „Goldene Olga“ in Bad Zwischenahn übergeben. Die rund 9.000 Milcherzeuger erhielten die Ankündigung über ihre Milchsammelwagen.
Zusätzlich informiert die neue Homepage www.milchlandpreis.de über den Wetttbewerb.

Broschüre zum Milchlandpreis 2016

Die neue Homepage www.milchlandpreis.de

4.2.4 Erstellung von Veröffentlichungen und Durchführung von Werbemaßnahmen zur Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für Milch und Milchprodukte

4.2.4.1 Öffentlichkeitsarbeit

Milchwirtschaftliche Informationen zielgruppengerecht aufzubereiten und zu verbreiten – das ist ein wesentliches Ziel des LVN-Teams. Die Zielgruppen sind unterschiedliche Gruppen von Konsumenten, aber auch Multiplikatoren und der Handel. Ergänzend stellt die LVN auch ihren Mitgliedern, insbesondere den Milcherzeugern und Molkereien, ausgewählte Medien und Anreize für ihre Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Alle Medien werden mit konstant hoher bzw. steigernder Nachfrage abgefragt.

Spannplakate für die Öffentlichkeitsarbeit auf den Betrieben

Die Spannplakate für die Außenwerbung auf den Betrieben weisen in diesem Jahr auf den Beitrag der Milcherzeuger für die Gesellschaft hin. Die Motivgestaltung übernimmt die LVN jährlich anhand aktueller Themen in Abstimmung mit dem Vorstand und den Gremien. Milcherzeuger produzieren ein hochwertiges Nahrungsmittel und tragen damit wesentlich zur menschlichen Ernährung bei. In ihren Regionen legen sie die Grundlage für eine Vielfalt an Arbeitsplätzen – auch außerhalb der Landwirtschaft. Über diese ureigenen Mehr-Werte der Milchwirtschaft gilt es gerade in kritischen Zeiten wieder neu zu reden und deshalb stehen genau diese Inhalte 2016 im Fokus. Miteinander ins Gespräch kommen statt übereinander reden – auch diese Aufforderung versteckt sich in der neuen Spannplakatserie: „Unser Hof ist offen, hat keine Geheimnisse. Sprechen Sie uns an" – lauten die Botschaften.

Denn was für Landwirte Alltag und Selbstverständnis ist, ist für Verbraucher oft neu und fremd. Diese Kluft lässt sich im offenen Dialog oftmals überwinden. Die drei neuen Spannplakate sollen ihren Beitrag dazu leisten.

Die Spannplakatkampagne der LVN hat das Ziel, den Landwirten ein wirkungsvolles Medium für die eigene Öffentlich-

Neue Spannplakate für Hoftore und Zäune

keitsarbeit an die Hand zu geben. Die großformatigen und wetterfesten Poster werden von der LVN produziert und können kostenlos von den Milcherzeugern bezogen werden. Die Verteilung erfolgt über die Tanksammelwagen der Molkereien, aber auch über den Postverteiler der LVN. So haben alle Landwirte, die an eine niedersächsische Molkerei Milch liefern, die Gelegenheit, die Plakate auf ihrem Betrieb anzubringen, um damit in der eigenen Region Passanten, Nachbarn und Touristen auf die Botschaften der Landwirte aufmerksam zu machen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen.
Die Spannplakate wurden von den Milcherzeugern sehr gut angenommen, so dass innerhalb von kurzer Zeit nach der Veröffentlichung die Auflage von 2.600 Stück nahezu vergriffen war.

KuhBit versüßt Öffentlichkeitsarbeit der Landwirte

Einsatz der Spannplakate, Angebot von Hofbesichtigungen, Presseartikel, die Teilnahme am Milchlandpreis und vieles mehr wird im KuhBit-Bonussystem der LVN belohnt. Teilnehmen können alle Landwirte, die ihre Milch an eine niedersächsische Molkerei liefern und sich für Besucher öffnen und/auch an den Aktionen der LVN teilnehmen. Denn die Familien auf den Höfen sind die besten Botschafter für die Milch!
Zu finden ist das KuhBit-Bonussystem über die Homepage der LVN. Auf der Startseite im rechten Bereich der Seite geht es über den Button „Zum KuhBit-Bonusprogramm“ oder direkt über www.kuhbit-bonussystem.de zum Punkte sammeln.
Das vergangene Sammeljahr (von Anfang April bis Ende März) konnte die LVN mit einem Teilnehmerplus sowie vielen eingelösten KuhBits und versendeten Prämien schließen. Die Teilnehmerzahl im Bonusprogramm erhöhte sich um rund 30 %. Die gesammelten Punkte wurden in Prämien wie z. B. USB-Sticks, Messeeintrittskarten, Taschenlampen, Berlinreise und vielem mehr eingetauscht. Neu kamen im vergangenen Jahr die drei Prämien „der lustige Muhplopper“, das Geschirrhandtuch und die praktische Kühltasche hinzu.

Prämien für die Öffentlichkeitsarbeit: Vom Muhplopper über Messebesuche bis zur Berlinreise

www.milchwirtschaft.de – Kernstück der Online Auftritte der LVN

Dialog Milch, My KuhTube, Landgemachtes und Milchlandpreis – vielfältige Projekte für verschiedene Zielgruppen bedürfen unterschiedlicher Internetauftritte. Eckpfeiler des Online-Auftritts der LVN ist und bleibt aber die Homepage www.milchwirtschaft.de. Im Jahr 2015/2016 verzeichnete die Seite Zugriffszahlen von über 5.500 Besuchen pro Monat, die in 2016 auf über 7.000 stiegen (+ 22 %) und sich seit Anfang des Jahres kontinuierlich auf einem Niveau von 7.800 (+ 30 %) Besuchern halten. Auf die gesamte Zeitspanne kann die LVN über 80.000 Besuche verzeichnen.

30 % mehr Besucher auf der Website

Zu den am häufigsten besuchten Seiten gehören „Aktuelles und Termine“, „Startseite“, „Schulen und Kitas“ „Markt und Statistik“ sowie „Verbraucher“. Im Downloadcenter waren Notierungsergebnisse, Marktberichte und Bestellscheine für Broschüren am meisten gefragt. Die Homepage erreicht mit ihrem breitgefächerten Angebot Landwirte, Multiplikatoren (z. B. Lehrer) und Verbraucher. Um alle Zielgruppen weiterhin mit Informationen auf dem neustem Stand und auch mobil zu versorgen, überarbeitet die LVN aktuell ihre Homepage. Ein Relaunch der Seite ist in der zweiten Hälfte des Jahres 2016 geplant. Mit einem neuen Layout und einer deutlicheren Benutzerführung geht es dann in neuem Glanz und mit noch mehr vielen interessanten Informationen weiter.

Relaunch der Homepage www.milchwirtschaft.de

4.2.4.2 Broschüren, Faltblätter, Poster

Um die breite Öffentlichkeit nachhaltig für Milch und Milchprodukte zu sensibilisieren und zu informieren, stellt die LVN Kommunikationsmittel in Form von Rezeptbroschüren, warenkundliche Faltblätter und Info-Poster für verschiedene Zielgruppen zur Verfügung. In ihren Materialien geht sie dabei proaktiv auch auf kritische Themen wie „Lactoseintoleranz“, „Allergie“, „Milchverzehr in Verbindung mit verschiedenen Krankheiten“ ein. Sie orientiert sich dabei stets an den Aussagen von Fachverbänden, wie DGE, MRI usw. Die Broschüren werden stets mit neuesten Trends und Erkenntnissen überarbeitet und bei Bedarf nachgedruckt. Die Ausgabe erfolgt zielgerichtet.

Broschüren und Faltblätter zum Download auf der Webseite

4.2.4.3 Internationaler Tag der Milch am 01.06.2016

Gemeinsam mit der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) hat der Internationale Milchwirtschaftsverband (IDF) den Internationalen Tag der Milch (ITM) am 1. Juni ins Leben gerufen. In vielen Ländern der Welt informieren milchwirtschaftliche Organisationen an diesem Tag in vielfältiger Weise rund um Milch und Milchprodukte.
Mehr als 42 Länder empfehlen derzeit den regelmäßigen Verzehr von Milch und Milchprodukten, dabei gehen die angegebenen Mengen weit auseinander: Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) empfiehlt täglich 250 Milliliter Milch (-produkte) und 50 - 60 Gramm Käse (2 Scheiben), andere Länder halten sogar mehr als das Doppelte pro Tag für angemessen.
Über den Wert der Milch in der Ernährung zu informieren, ist in der LVN unser täglich Brot.
Am 01. Juni jeden Jahres gibt es jedoch darüber hinaus ein besonders umfassendes Aktions-Programm:
Die LVN unterstützt z.B. die niedersächsischen Melkhüs mit Materialien rund um das Thema Milch und organisiert ein Quiz rund um die Kuh.
In der Region Osnabrück haben die LandFrauen auch 2016 in einem Zeitraum von ca. zwei Wochen um den ITM herum über 500 Schüler aus 25 Schulklassen in ihrer Schule besucht. Dort wurde über die Bedeutung von Milch in der Ernährung gesprochen und anschließend durften die Kinder von der LVN bezuschusste schmackhafte Milchdrinks genießen.
Mit vielen eigenen Ideen und großem Engagement organisierte die LVN auch in diesem Jahr einen Aktionstag als Hoffest für Kinder auf dem Gewinner-Betrieb des Milchlandpreiswettbewerbs um die Goldene Olga. Diesmal wurde dazu nach Ostfriesland eingeladen. Am 01. Juni 2016 folgten über 1.000 Kinder aus Schulen und Kitas der Region der Einladung auf den Hof der Familie Schulte.
Futter wiegen, Kühe beobachten, Kälber streicheln, Melkroboter kennenlernen, Tierarzt befragen – an spannenden Lernstationen haben am ITM rund 1.000 Kinder aus den umliegenden Kindergärten und Schulen den ITM wahrgenommen. Auf dem Milcherzeugerbetrieb von Familie Schulte erlebten sie Kühe, Kälber und Trecker aus nächster Nähe. Viele waren gleich zu Beginn live bei der Geburt eines Kalbes dabei. Im Rahmen einer Kuh-Rallye konnten sie Fragen wie „Was steht auf dem Speiseplan von Kälbern? Was muss beim Melken alles beachtet werden?“ auf die Spur gehen. BBS-Schüler aus Leer beantworteten die Fragen an den Lernstationen mit großer Fachkompetenz und Geduld.

Gemeinsam suchen die Schülerinnen die richtigen Lösungen für die Kuh-Rallye

ITM: Mehr als 1.000 Kinder im Stall

Die Maschinenhalle auf dem Betrieb Schulte bot die ideale, aber ungewöhnliche Bühne für ein Kinderkonzert unter dem Motto „Milch bewegt“ mit dem aus Funk und Fernsehen bekannten Kinderliedermacher Volker Rosin.

Beim Kinderkonzert anlässlich des ITM waren Karla und Volker Rosin die gefeierten Stars

Der Spaß kam bei den vielen Bewegungsspielen zum ITM nicht zu kurz

Neben dem Konzert erhielten die Kinder auf einem Spieleparcours rund um die Milch viele Möglichkeiten zur Erkundung des Milchbauernhofes. Für die passende Stärkung zum Tag der Milch sorgte eine große Milchbar. Das Team verarbeitete rund 500 Liter Milch zu erfrischenden Mixgetränken, die bei sommerlichen Temperaturen begehrt waren „wie warme Semmel“.

Weitere Sponsoren aus dem landwirtschaftlichen Umfeld unterstützen das Hoffest zum ITM mit eigenen Lern-, Spiele- und Informationsständen.
Die intensive Berichterstattung über den ITM in Fernsehen, Rundfunk, Tages- und Fachpresse sowie auf den Onlinekanälen sorgte für sehr positive Schlagzeilen für die Milchwirtschaft.

4.2.4.4 My KuhTube entwickelt sich weiter und bleibt auf Erfolgskurs

Die „Einschaltquoten“ auf dem My KuhTube-YouTube-Kanal wachsen weiter und die Zahl der Fans auf Facebook steigt ebenfalls wöchentlich an. Das Projekt wurde nun im Mai 2016 drei Jahre alt und in dieser Zeit hat My KuhTube sowohl international als auch national großes Medieninteresse hervorgerufen: Funk und Fernsehen, Tages- und Fachpresse haben mannigfach sehr positiv berichtet und das Interesse reißt nicht ab. Den größten Erfolg feierte My KuhTube mit der Auszeichnung des Deutschen Agrar-Marketing-Preises im Jahr 2015. Hier konnte es mithalten mit den Kampagnen der „ganz Großen“: Claas KG, Agravis Raiffeisen AG und Bayer CropScience Deutschland GmbH.
Aus der Laudatio von Dr. Thomas Kirchberg, Vorsitzender der Verbindungsstelle Landwirtschaft-Industrie e. V.:
„Sie arbeiten nicht mit Models, sondern mit echten Landwirten, die der Welt zeigen, wie es in ihren Ställen aussieht. Alle Landwirte sind sehr authentisch. Die Kampagne hat Vorbildfunktion und davon wünschen wir uns mehr.“

Stolze My KuhTuber mit dem Agrarmarketingpreis

Auszeichnung von kreativen und überzeugenden Werbekampagnen

„Mit dem Deutschen Agrar-Marketing-Preis werden alle zwei Jahre besonders kreative und überzeugende Werbekampagnen der Agrarbranche ausgezeichnet. Dadurch sollen der Agrarwerbung Impulse für mehr Ideenvielfalt und Kreativität gegeben werden“, so Prof. Dr. Manfred Bruhn, Ordinarius für Marketing und Unternehmensführung an der Universität Basel und Vorsitzender der Jury. „Experten haben nachgewiesen, dass Kreativität und Effektivität eng zusammen hängen: Insofern haben wir heute auch besonders effektive Kampagnen ausgezeichnet“, ergänzte Bruhn.

Dank des ehrenamtlichen Engagements der teilnehmenden Landwirte ist es möglich, zweimal wöchentlich neue Videoclips aus niedersächsischen Milcherzeugerbetrieben zu senden. Und seit 2016 sind drei neue My KuhTuber aus Niedersachsen dabei. Die drei jungen, engagierten Landwirte bzw. Landwirtinnen haben sich in das Team der „My KuhTuber“ eingearbeitet und haben schon mehrfach auf dem My KuhTube-Kanal von ihrem Leben und ihrer Arbeit berichtet. Wer die „drei Neuen“ kennenlernen möchte, sollte unter www.mykuhtube.de die Augen nach Dennis aus dem Cuxland, Anita aus dem Oldenburger Münsterland und Torsten aus der Region Mittelweser offen halten.

Agrar-Marketing-Preis:
My KuhTube ganz vorne

Dennis aus dem Cuxland / Anita aus dem Oldenburger Münsterland / Torsten und Julia aus der Region Mittelweser

Natürlich kann jeder auch dort all die „alten My KuhTube-Hasen“ bei der Arbeit begleiten. Diese beweisen nach wie vor jede Menge Kreativität und entwickeln immer wieder tolle Filmideen. „Über die Videos, die wir selbst von unserer Arbeit auf den Höfen drehen, nehmen wir die Verbraucher dorthin mit, wo die Milch erzeugt wird. Denn immer weniger Menschen nutzen die Gelegenheit, sich wirklich mal auf einem Hof umzuschauen“, berichtete Helmut aus dem schönsten Dorf an der Ise. Und so nehmen die My KuhTuber auch schwieriger zu erklärende Themen in ihre Filme auf. Zum Beispiel informierte Amos aus Ostfriesland die My KuhTube Fangemeinde über die Dokumentation vom Antibiotikaeinsatz auf seinem Hof (Film 298). Einige Filme der My KuhTuber galten in den vergangenen Monaten außerdem der Beobachtung kritischer Themen wie dem Milchpreis und seiner Entwicklung oder auch der grundsätzlichen Zukunft der Landwirtschaft in Deutschland und Europa. Ergänzend dazu laden sich einige My KuhTuber auch gern Menschen in „ihre Videos“ ein, die, wie ein Journalist, noch nie auf einem Betrieb waren, oder solche, die auf den Höfen regelmäßig ein- und ausgehen. Der Videokanal lebt eindeutig von der Vielfalt der Betriebe!

4.2.4.5 Nachhaltige Milchproduktion

Nachhaltigkeit und Verantwortung in der Milcherzeugung: Mehr Fakten, mehr Transparenz, mehr Dialog

Die in 2014 aus den Ergebnissen der Untersuchung „Nachhaltige Milcherzeugung in Niedersachsen“ erstellte Broschüre wird weiterhin rege abgefragt. Sie zeigt die verschiedenen Facetten von Nachhaltigkeit auf und stellt zentrale Studienergebnisse anschaulich dar. Die Broschüre ergänzt die Schülerinformation in Form des Merk-Charts Nr. 9 „Nachhaltig leben“. Da Schulen (Sek. I) dieses Thema aktuell aufgrund geänderter Kerncurricula für sich entdecken, ist mit einer zunehmenden Abfrage in 2016/2017 zu rechnen.

Broschüre Nachhaltigkeit und Verantwortung in der Milcherzeugung

Nachhaltigkeit – ein Messethema

Sowohl auf der Verbrauchermesse infa in Hannover als auch auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin kam das LVN-Team mit Hilfe eines Messebanners mit Verbrauchern ins Gespräch über die Säulen der Nachhaltigkeit. Ein Quiz gab den Anreiz, sich noch intensiver mit dem Thema auseinanderzusetzen.

So sag ich’s dem Verbraucher

Auch auf der Bühne des Erlebnisbauernhofes wurde das Thema ins Programm aufgenommen. Als Nachhaltigkeitsexperte aus Niedersachsen konnte Jan Heusmann viele Informationen über die Kernthemen Ökologie, Tierwohl, Soziales und Ökonomie weitergeben und als aktiver Milcherzeuger einen Einblick in die praktische Milcherzeugung geben.

LVN-Vorstand als Experte für das Thema auf die Bühne des Erlebnisbauernhofes

QM-Milch: Nachhaltigkeitsmodul

Damit Molkereien das Thema „Nachhaltigkeit in der Milcherzeugung" öffentlichkeitswirksam nutzen können, brauchen sie ein Instrument, um entsprechende Daten auf den Höfen zu erfassen. Deshalb wurde auch 2015/2016 ein entsprechendes Modul auf Bundesebene weiter vorangetrieben. Der QM-Milch e. V. (Trägerverbände: Deutscher Bauernverband, Deutscher Raiffeisenverband, Milchindustrie-Verband) erarbeitete gemeinsam mit dem Thünen-Institut für Betriebswirtschaft das QM-Milch-Nachhaltigkeitsmodul. Dieses kann freiwillig von den Molkereien als Basistool angewendet werden, wenn diese ein Nachhaltigkeitskonzept umsetzen möchten. In Form eines Pilotprojektes soll dieses QM-Milch Nachhaltigkeitsmodul nun mit ersten Molkereien auf seine Praxistauglichkeit getestet werden. Dabei wird u. a. überprüft, ob die ausgewählten Kriterien (Indikatoren) geeignet sind und wie die internen Kommunikationswege zwischen Molkerei und Milchlieferanten am besten gestaltet werden können. Außerdem sollen die datentechnischen Fragen innerhalb des Projektes erarbeitet werden, um den interessierten Molkereien ein umfassendes Paket anbieten zu können. Die Umsetzung des Nachhaltigkeitsmoduls wird inhaltlich unabhängig vom QM-Milch Audit erfolgen. Zudem soll es nicht als Sanktionsinstrument gegen milcherzeugende Betriebe eingesetzt werden, sondern als gemeinsames Entwicklungsinstrument für die Molkerei und ihre Milchlieferanten genutzt werden.

4.2.4.6 Rezeptportal Landgemachtes

Das Online-Video-Portal My KuhTube ist seit mehr als drei Jahren on- wie offline sehr erfolgreich. Das spiegelt sich in ausgezeichneten Klickzahlen und mehreren hundert Presseartikeln wider. Getragen von diesem Erfolg wurde die Idee zur Diversifizierung des Angebots durch ein Online-Rezeptportal in Blogform geboren.
Koch- und Backrezepte haben aufgrund ihrer großen Alltagsrelevanz für eine breite Zielgruppe ein ausgesprochen

Käsekuchen mit Erdbeeren – eins von Dutzenden Landgemachtes-Rezepten

großes Potential als Kommunikationsmedium. Die Adressaten diverser Rezeptveröffentlichungen im Print- und Online-Bereich ist längst nicht mehr auf die eine Zielgruppe „Hausfrau" reduziert. Mit guten Rezepten, begleitet von ansprechenden Bildern und erklärenden Videos, spricht man heute Jung und Alt sowie Männer und Frauen gleichermaßen an.
Das Konzept „Rezeptportal" ist als Zusammenarbeit mit der Landesvereinigung Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen angelegt. Regional, ländlich und persönlich – so werden dem Nutzer die Rezepte auf „Landgemachtes – Rezepte vom Land" begegnen. Ein besonderer Fokus wird dabei auf LandRezepten mit Milch sowie auf die saisonale Küche „aus den Regionen" gelegt. Zweimal wöchentlich erscheinen neue Rezepte, mal mit, mal ohne Video, daneben Tutorials, also Tipps zu verschiedenen Koch- und Haushaltsthemen wie Dekoration oder Pannenhilfe. Das persönliche Gesicht erhält das Portal durch seine Landköchinnen selbst. Von den dreizehn Landköchinnen sind drei bereits aktive Teilnehmerinnen bei „My KuhTube" mit viel Erfahrung vor und hinter der Kamera. Um ein größeres Spektrum an ländlichen Regionen abdecken zu können und insgesamt mehr Rezepte generieren zu können, wurden in Niedersachsen

Unsere Landköchinnen

über die beiden LandFrauenverbände und in NRW aus der Gruppe der Milchbotschafterinnen weitere Landköchinnen gewonnen. Die Frauen verfügen allesamt über einen landwirtschaftlichen Hintergrund und großes Fachwissen im hauswirtschaftlichen Bereich. Sie sind damit echte Experten und leidenschaftliche Botschafterinnen für eine genussvolle Küche vom Land.
Die konkrete Gestaltung und Umsetzung des Konzepts erfolgte zwischen September und Dezember 2015. Ende November erfolgte der erste Videodreh mit 2 Filmtagen, an denen rund 30 Rezepte eingespielt wurden. Der Videodreh erfolgte anders als bei My KuhTube durch ein professionelles Filmteam in einer Kochschule. Am 17.12.2015 konnte das Portal dann auf der Webseite www.landgemachtes.de sowie mit einem eigenen Kanal „Landgemachtes" auf YouTube online gehen.

Unsere Landköchinnen sammeln Bühnenerfahrungen

LandFrauen gestalten erstes Video-Rezeptportal

Begleitet wurde der Launch der Homepage von einer Reportage über das „Making of der Videos“ in der Zeitschrift „Land und Forst“ sowie mehreren begleitenden Artikeln in den lokalen Tageszeitungen der teilnehmenden Landköchinnen.
Auf der Grünen Woche in Berlin im Januar 2016 kam der Präsentation des „Rezeptportals“ bei den Messebesuchern und Ehrengästen große Bedeutung zu. So wurde ein Banner von etwa 5 x 3 Metern, das die Homepage und ein Gruppenbild der Landköchinnen zeigt, erstellt. Unterstützt durch ein digitales Bilderrätsel wurde „Landgemachtes“ vorgestellt. Auf mehreren Bühnen konnten Kochshows mit Landköchinnen gezeigt werden, unter anderem in der Niedersachsenhalle, der NRW-Halle und auf der Bühne des Erlebnisbauernhofs.

Für die weiteren Messen, an denen die LVN im Jahresverlauf teilnimmt, wird „Landgemachtes“ einen festen Platz haben, um die Bekanntheit des Portals weiter zu steigern.

Im Juli 2016 wurde als zusätzliches Marketinginstrument ein Rezeptheft mit dem Titel „Landgemachtes: Süßer Milchgenuss“ als Beikleber zu der Zeitschrift „Echt Niedersachsen“ produziert. Das Magazin kam im Juni in einer Auflage von 80.000 Stück in den Handel.

Beikleber für die Zeitschrift „Echt Niedersachsen“

Sowohl die Homepage www.landgemachtes.de als auch der YouTube Kanal zeigen wachsende Zugriffszahlen sowie eine zunehmende Zahl an festen Abonnenten.

Aufmerksamkeitsstarkes Messebanner „Landgemachtes“

Die nächsten Ziele liegen darin, eine starke Interaktion der Besucher und Bloggerinnen durch Kommentare und eine weitere Verbreitung über soziale Netzwerke wie Facebook zu erreichen. Die Rhythmisierung der Rezeptveröffentlichung zwei Mal pro Woche wird auch zukünftig beibehalten. Dazu sind pro Kalenderjahr 2–3 Videodrehtermine eingeplant.

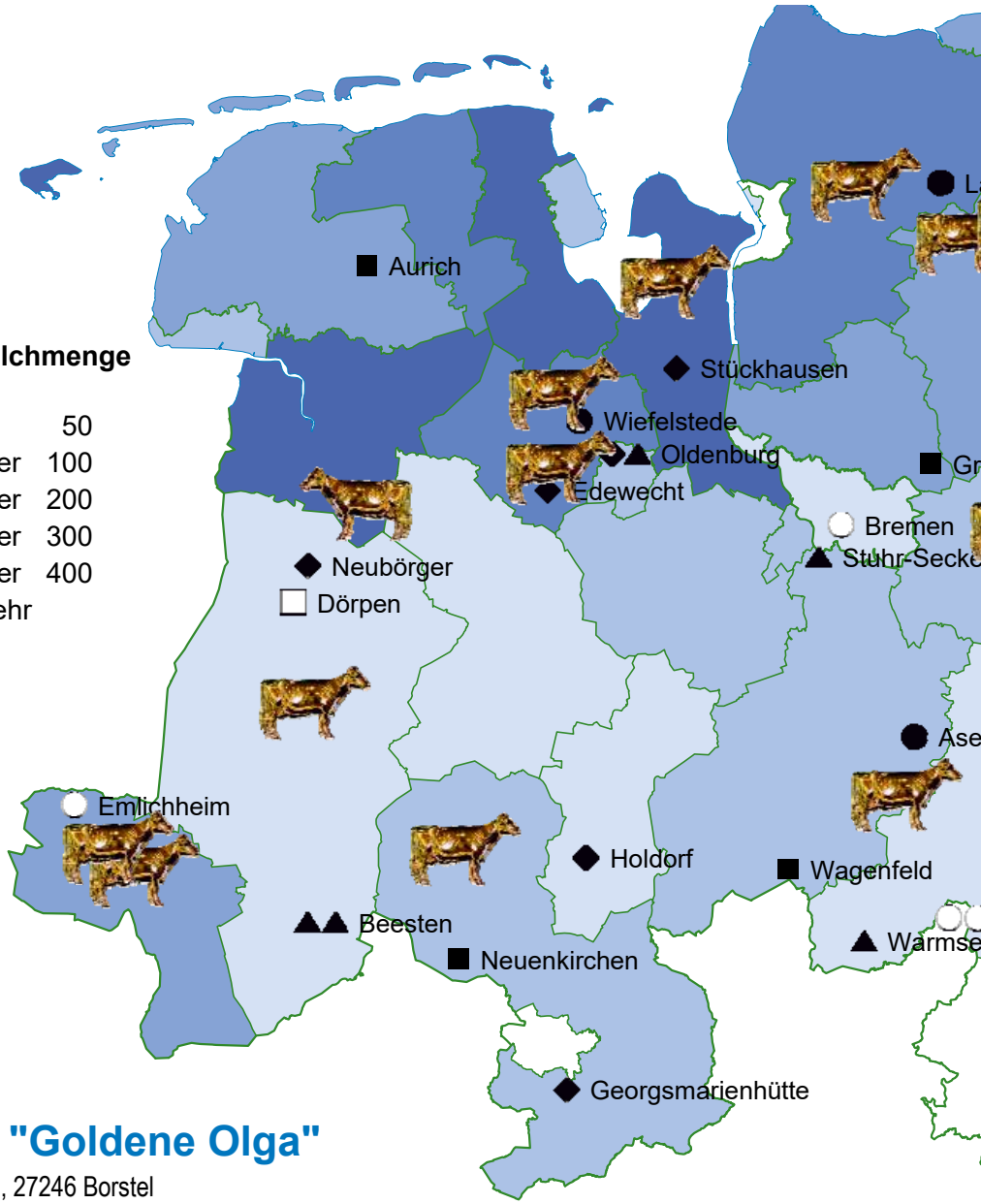
4.2.4.7 Information „Käse“ und „Mopro“

Verkaufsgespräche – auch ein Thema im Seminarangebot der LVN

Käse aktiv verkaufen, will gelernt sein – trotzdem kommt diesem Lebensmittel immer noch keine ausreichende Bedeutung in der Ausbildung im Einzelhandel zu. Mit dem Angebot von Fortbildungen im Bereich Käseverkauf schließt die LVN hier eine Lücke. Was bedeutet Fett i. Tr.? Wie kann ich Käse am besten im Kühlschrank lagern? Welchen Käse schneide ich wie? All diese Fragen werden in den Seminaren geklärt.
Ebenso vielfältig wie im Käsebereich ist das Angebot an „weißen“ Milchprodukten. Das „Mopro-Seminar“ der LVN bietet umfassendes Produktwissen für die Verkaufskräfte und die Chance, sich dieses Basiswissen kompakt und effektiv anzueignen.

4.2.4.8 Vortragsveranstaltungen zur Ernährungsberatung im Rahmen der generischen Werbung

Wer schon immer wissen wollte, wie eigentlich Käse entsteht oder wo das Sprichwort „Butter bei die Fische“ seinen Ursprung hat, findet bei den Ernährungsberaterinnen der LVN Antwort. Im zurückliegenden Jahr haben etliche Ver-



Anlieferungsmilchmenge je Kreis [t/km²]

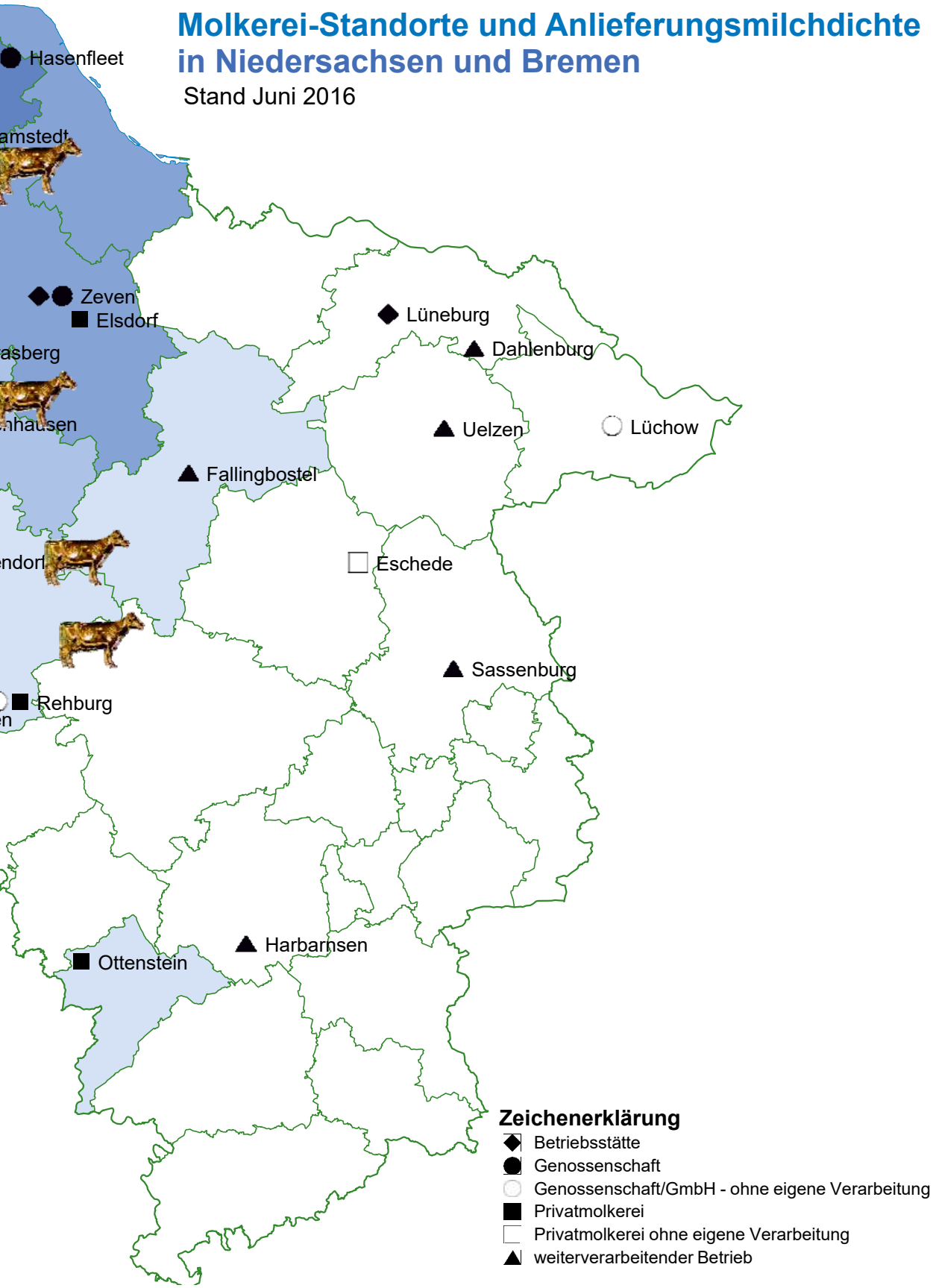
	unter	50
50	bis unter	100
100	bis unter	200
200	bis unter	300
300	bis unter	400
400	und mehr	

Preisträger "Goldene Olga"

2001 Torsten Lüchau, 27246 Borstel
2002 Angela und Hermann, Christina und Söhnke Schlichtmann, 21726 Oldendorf
2003 Jutta und Heinrich Horsink, 49828 Esche
2004 Ursula und Bernd Tiemann, 49777 Groß Berßen
2005 Gisela und Wiljan Scholten-Meilink, 49846 Hoogstede
2006 Mechthild und Hartwig Meyer, 49577 Kettenkamp
2007 Betriebsgemeinschaft Rethmeier-Bahrenburg GbR, 27367 Horstedt
2008 Marion und Hinrich, Ina und Christian Schriefer, 27624 Lintig
2009 Gunda und Johann (†), Sabine und Gerrit Oltmanns, 26188 Edewecht-Klein Scharrel
2010 Andrea und Diethelm Evers, 27336 Rethem-Moor
2011 Uta, Carsten und Eike Exner, 27432 Bremervörde/Bevern
2012 Cara und Sven Klingemann, 31535 Neustadt am Rbge./Schneeren
2013 Elke und Holger Wemken, 26215 Wiefelstedt/Nuttel
2014 Patricia Vos und Jörg Schwarting, 26937 Stadland
2015 Bertraud, Hilmar und Hilmar Bernd Schulte, 26817 Rhauderfehn/Holte

Molkerei-Standorte und Anlieferungsmilchdichte in Niedersachsen und Bremen

Stand Juni 2016



braucherverbände, Interessensgemeinschaften und sonstige interessierte Gruppen diese Möglichkeit genutzt und eine Vortragsveranstaltung zu einem bestimmten Thema gebucht. Belegte in den Vorjahren „Die bunte Vielfalt des niedersächsischen Käses“ immer den Spitzenplatz unter den Themen wurde es im zurückliegenden Jahr durch „Das Beste zum Schluss – Milch und Co zum Dessert“ verdrängt. Als Referent weiß man, dass Gehörtes besser im Kopf bleibt, wenn man es auch erlebt! Deswegen ist bei jeder Veranstaltung auch immer eine kleine Kostprobe und Eigeninitiative gefragt!

Dessert-Vorträge erfreuen sich großer Beliebtheit

Themenauswahl der Vortragsveranstaltungen:

Bunte Vielfalt des niedersächsischen Käses
Das beste zum Schluss – Milch und Co zum Dessert
Wir machen Butter bei die Fische
So macht Essen Spaß
Wellness – Wohlfühlen mit Milchprodukten
Fit ab 50 – mit Milch und Milchprodukten
Osteoporose – mit Kalzium gesund bis auf die Knochen
Milch unter der Lupe

Veranstaltung für Multiplikatoren

Im November 2015 lud die LVN zusammen mit der DGE, Sektion Niedersachsen und der VHS Hannover zu einer Fortbildung für Erzieher und Lehrer unter dem Titel „Einheitsbrei oder Extrawurst? Der Umgang mit individuellem Essen in Kita und Schule“ in die Volkshochschule Hannover ein. Unsere Ernährung ist inzwischen so individuell wie wir Menschen selbst. Aus den unterschiedlichsten Gründen essen auch immer mehr Kinder und Jugendliche nach besonderen Vorschriften, ob gesundheitlich motiviert oder aus Tier- und Umweltschutzgründen. Die LVN konnte zwei renommierte Ernährungsexpertinnen gewinnen, die sich im Rahmen der Vortragsveranstaltung mit der Frage auseinandersetzten, wie im Kita- und Schulalltag mit speziellen Anforderungen an das Essen umgegangen werden kann. Die Ernährungswissenschaftlerin Dr. Claudia Laupert-Deick (Praxis für Ernährungstherapie und Beratung, Bonn) stellte die alternativen Ernährungstrends vegetarische und vegane Ernährung vor und erläuterte, ob diese Ernährungsformen für Kinder und Jugendliche geeignet seien. Diplom-Oecotrophologin (Univ.) Christiane Schäfer (Ernährungsberaterin in einer Allergologischen Schwerpunktpraxis, Hamburg) beschäftigte sich mit den am häufigsten

Einladung zur Fachtagung in Hannover

auftretenden Allergien und Unverträglichkeiten und gab den Zuhörern Tipps und Handlungsanweisungen, wie die Kita- und Schulverpflegung diese besonderen Ansprüche meistern könne.

Fortbildung für 125 Erzieherinnen in Oldenburg

Auch auf der Fachtagung „Alle an einem Tisch – der Umgang mit individuellem Essen in Kita und Co.“ am 2. Juni 2016 in Oldenburg erhielten 125 ErzieherInnen handfeste Informationen. Diese lieferte erneut die Referentin Dipl. oec. troph. Christiane Schäfer aus der Allergologischen Schwerpunktpraxis in Hamburg. „Wichtig ist es, zwischen Essfehlern und echten Nahrungsmittelunverträglichkeiten zu unterscheiden“, so Schäfer, die es besonders verstand, die pädagogischen Fachkräfte für dieses ernährungswissenschaftliche Thema zu begeistern. Grundsätzlich solle man sich bei diesem Thema nicht auf Vermutungen und Selbstdiagnosen der Eltern verlassen, sondern müsse sich eine ärztliche Bescheinigung vorlegen lassen.

Tipps für die ErzieherInnen

- Bei den Nahrungsmittelunverträglichkeiten unterscheidet man die mengenunabhängigen (z. B. Zöliakie und immunvermittelte Nahrungsmittelallergien), die mengenabhängigen (z. B. Lactoseintoleranz) und die lifestylebedingten (z. B. Ballaststoffunverträglichkeit).

- Ist eine Nahrungsmittelallergie ärztlich diagnostiziert, sind Eltern gefordert, der Kita oder der Schule Lebensmittellisten (erlaubt/nicht erlaubt) zur Verfügung zu stellen. Gemeinsam sollte ein Notfallplan erarbeitet werden.
- Lactoseintoleranz ist bei Kindern selten behandlungsbedürftig. In der Therapie ist es wie bei allen mengenabhängigen Unverträglichkeiten (auch Fructose) das Ziel, den individuellen Schwellenwert herauszufinden. Dazu ist zunächst eine deutliche Einschränkung notwendig. Danach ist zügiges Erweitern der Lebensmittelauswahl zwingend für den Therapieerfolg. Vermeiden sollte man Milch und Milchprodukte aus dem Normalsortiment (auch Ziege, Schaf und Pferd) sowie weiche Käsesorten und Convenience-Produkte mit Milchbestandteilen. Erlaubt ist eine lactosereduzierte Kost mit Schnitt- und Hartkäsesorten.

204 Erzieher und Ernährungsfachkräfte fortgebildet

Neben Christiane Schäfer beschäftigten sich im Rahmen der Fachtagung weitere fünf Referentinnen und Referenten mit Themen rund um die Ernährung in der Kita. Wiebke Arnold von der LVN betreute den Workshop zum Projekt „Heute ist Milchtag“, welches die LVN den niedersächsischen Kitas seit zwei Jahren anbietet. Thematisiert werden der Weg der Milch, die vielfältigen Verarbeitungsmöglichkeiten und die Bedeutung der Milch für den Körper. Auch die Zubereitung von kindgerechten Milchspeisen und Bastelarbeiten für z. B. die Tischdeko sind Teil des Milchtag-Programms.

Milchwirtschaftlicher Workshop mit vielen praktischen Übungen wie Butter schütteln

Veranstalter der Fachtagung waren: Deutsche BKK, DGE, Landesvereinigung für Gesundheit und Akademie für Sozialmedizin Niedersachsen e. V. (LVG) sowie die LVN. Gemeinsam haben diese Partner bereits sechs Fachtagungen rund um das Thema Ernährung in der Kita in verschiedenen niedersächsischen Städten durchgeführt.

„Die optimierte Mischkost empfiehlt aufgrund der wichtigen Nährstoffe eindeutig tierische Lebensmittel in der Säuglings- und Kinderernährung. Eine vegane Ernährung kann bei Säuglingen und Kindern den Nährstoffbedarf nicht adäquat decken. Deshalb sind Nahrungsergänzungsmittel zwingend notwendig! Nährstoffmängel können im Säuglings- und Kleinkindalter zu schweren körperlichen und geistigen Fehlentwicklungen beitragen.“ Dr. Claudia Laupert-Deick, Diplom-Oecotrophologin

4.2.3.9 Unterstützung von Werbemaßnahmen vor Ort

Melkhüs – Ein ungebrochener Trend!

Regionalität wird in der heutigen Zeit wieder groß geschrieben und ist zu einem regelrechten Trend avanciert! Urlaub wird immer häufiger im eigenen Land gemacht und unsere Lebensmittel kauft man mittlerweile wieder im Hofladen oder auf dem Wochenmarkt im Ort ein. Wichtig sind Frische, Qualität und das Wissen um die Herkunft der Lebensmittel. Und unter diesem Gesichtspunkt gehören die 66 Melkhüs in ganz Niedersachsen zu echten Trendsettern – und das bereits seit 15 Jahren! Im Jahr 2001 hat die inzwischen verstorbene norddeutsche Bäuerin Friedel Schumacher nicht verstanden, dass den Norden erkundende Radler ihre Stärkung im Gepäck mitbringen mussten, da nur ganz wenige Gasthäuser tagsüber geöffnet hatten.

Beste Werbung für die Milch – in rund 70 Melkhüs

Ein typisch norddeutsches Produkt ist die Milch. Nach dem Motto „auf unseren Höfen wird die Milch für die Verbraucher in den Ballungsgebieten erzeugt, dann soll die Milch auch hier am Ort der Entstehung verkostet werden können“ war die Idee der Melkhüs geboren. Das bis heute im Vordergrund stehende Ziel der Melkhüs ist die positive Darstellung der niedersächsischen Milch durch eine Verpflegung der Gäste mit regionalen Milchprodukten. Dabei bietet das Angebot der oft auch abseits gelegenen Melkhüs eine schmackhafte Ergänzung zur bestehenden Gastronomie.

Melkhus: Beliebte Pause für Radfahrer

Geführt werden die Melkhüs von Landfrauen, die überwiegend persönlich den Service übernehmen oder auf die Ehrlichkeit ihrer Gäste vertrauen und ihre Milchwaren per Selbstbedienung verkaufen.
Die meisten Gäste der Melkhüs sind vorbeifahrende Radtouristen. Aber auch Einheimische, Reitsportler, Skater sowie Motorradfahrer erfreuen sich über eine kühle Erfrischung zwischendurch. Nicht nur regional, sondern auch selbstgemacht, das ist es, was die Gäste schätzen und wünschen. Dabei hat jedes Häuschen seine persönliche Getränke- und Speisekarte mit eigenen, individuellen Rezepten rund um die Milch. Die LVN steht den Betreiberinnen unterstützend mit Schulungsveranstaltungen, Werbemaßnahmen, Materialien, Wissen etc. jederzeit zur Seite und begrüßt das große Engagement der Landwirtinnen!

Melkhus-Schulung: Thema Kommunikation

„Nicht nur die Milch, auch das Selbstbewusstsein macht‘s!“ – Kommunikation und Selbstbehauptung

Die diplomierte Sprechwissenschaftlerin Tomma Hangen (Oldenburg) führte auf anschauliche Art und Weise in die Welt einer gelungenen (Gäste-) Kommunikation ein.
Der Vortrag mit Workshopcharakter klärte bildlich über unterschiedliche Gästetypen auf. Die Betreiberinnen lernten auf mitreißende Art einfache Techniken, mit denen es gelingen soll, auch in schwierigen Situationen selbstsicher zu reagieren. Dazu zählt zum Beispiel, die Wirkung der Stimme einzusetzen. Auch die Schlagfähigkeit wurde trainiert, denn wer sich auf seine Geistesgegenwart verlassen kann, strahlt automatisch mehr Selbstbewusstsein aus! Gerade in der heutigen Zeit trägt eine auf allen Ebenen gut geführte Kommunikation zu zufriedenen Gästen, Mitarbeitern und auch zur eigenen Zufriedenheit bei.

Mit Milch unterwegs in Niedersachsen

Milch und Milchprodukte sind wesentliche Bestandteile der täglichen Ernährung – das gerät manchmal in Vergessenheit bzw. wird in Frage gestellt. Deshalb versucht die LVN das Produkt Milch auf so vielen Veranstaltungen wie möglich vor Ort zu präsentieren. Egal ob in der Uni, bei Ferienpassaktionen, bei Gesundheitstagen der Behörden, auf Bauernmärkten oder Zeltlagern – die Milch ist dabei und das ist gut so.

Rund 100 Veranstaltungen unterstützt die LVN landesweit. Wenn die LVN-Mitarbeiter nicht selbst die Milchbar betreiben, geben sie den Veranstaltern im Vorfeld Tipps und Tricks für das Betreiben der Bar. Viele solche Veranstaltungen werden zusätzlich mit schwarzbunten Ausrüstungsgegenständen wie Riesenmilchkanne, Milchbarwagen, melkbare Holzkühe und Milchzapfsysteme unterstützt. Diese Gegenstände sind nicht nur im Sommer gut ausgebucht.

Muhbile Milchbar auf dem Deutschen Bauerntag

Buttervielfalt auf dem Kochfest

Auch bei Festen der Landesvertretung Niedersachsen in Berlin vertritt die LVN die niedersächsische Milchwirtschaft mit einem Milchbar- oder Käseangebot. Neben dem Ollnborger Gröönkohl-Äten ist hier das Sommerfest zu nennen, bei dem sich Stephan Weil stets zur Milch bekennt.

Ministerpräsident Stephan Weil mit Frank Feuerriegel beim Sommerfest in Berlin

Milch in Bundeswehrkantinen und Jugendherbergen

Bundeswehrsoldaten und Gäste in niedersächsischen Jugendherbergen müssen auf ihre tägliche Milchportion dank 116 aufgestellten Milchdispensern der LVN nicht verzichten. Gut gekühlte Milch ist in den Einrichtungen Teil des täglichen Frühstücks. Alle Geräte der LVN sind im Einsatz, Reparaturen werden über die LVN fachgerecht abgewickelt.

Täglich Milch in 116 Kasernen und Jugendherbergen

Kuh-Shop weckt Aufmerksamkeit und Sympathien

Ein Hoch auf die Milch in passendem Kuh-Design

Auch „landwirtschaftsferne Menschen“ lieben das Kuhfellmuster!

Grund genug, dieses sympathische Design für die Öffentlichkeitsarbeit der LVN zu nutzen. Einen bunten Strauß an Werbemitteln – von der Tragetasche bis hin zum Lätzchen – hält die LVN in ihrem Kuh-Shop bereit, der nicht nur bei der landwirtschaftlichen Bevölkerung gut ankommt.

Die LVN bietet ihr Material aus dem Kuh-Shop nicht nur auf ihrer Internetseite an, sondern setzt es auch bei Gewinnspielen auf Messen und bei Veranstaltungen vor Ort ein.

4.2.4.9 Medienarbeit

Facebook, YouTube, BILD, RTL, Land & Forst und die Süddeutsche Zeitung – das sind nur einige der Medienkanäle, die im letzten Jahr über die Medienarbeit der LVN erreicht wurden. 749 von der LVN erfasste Veröffentlichungen rund um das Lebensmittel Milch, seine Produktion und den Milchmarkt erschienen in Print, online, TV und Hörfunk. Zudem wurde die Kommunikation auf den Social Media-Kanälen verdichtet. Besonders intensiv war die Berichterstattung über den DIALOG MILCH, den Milchlandpreis, das Projekt My KuhTube sowie über den Milchmarkt.

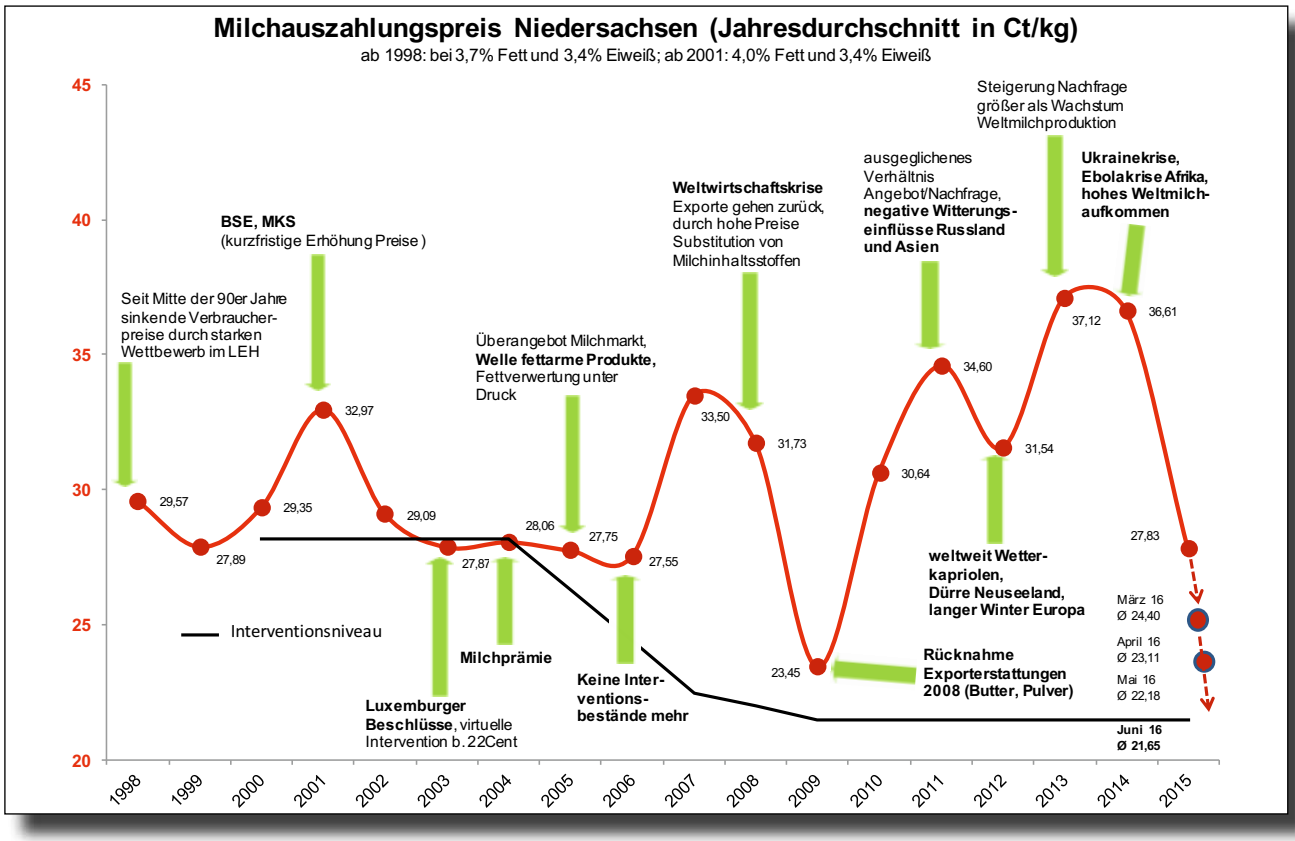
749 von der LVN erfasste Veröffentlichungen

5 Milchmarkt 2015/16 (Stand Juli 2016)

5.0 Marktentwicklung | aktuelle Marktlage

Nach dem Ende der Milchquotenregelung im Jahr 2015 hat sich in der EU eine deutliche Milchmengensteigerung abgezeichnet. Vielfach hat sicherlich das gute Auszahlungsniveau der Vorjahre dazu beigetragen, dass viele Milcherzeuger langfristig in die Modernisierung ihrer Ställe und in die Ausweitung der Produktionskapazitäten investiert haben. Trotz erster Signale im Jahr 2014, die auf eine rückläufige Nachfrageentwicklung hindeuteten, konnten viele Milcherzeuger aufgrund der bereits getätigten Investitionen und abgeschlossenen Planungen in 2015 nicht mehr reagieren, so dass die Kapazitätserweiterungen nach und nach in Betrieb genommen werden mussten. Die Gründe für die teilweise sehr expansiven Milchmengensteigerungen, insbesondere in Irland und in den Niederlanden, sind häufig sehr unterschiedlich und auf einzelstaatliche Entwicklungen zurückzuführen. Auch stimulierten die weltweit guten Produktionsbedingungen (günstige Witterung und gute Grundfutterqualitäten) die Erzeugung in allen wichtigen Milchregionen.
Während auf der Angebotsseite ein deutliches Wachstum, vor allem aus der EU, zu verzeichnen war, konnten sich die Absatzmärkte nicht im gleichen Maß mitentwickeln. Als Gründe hierfür sind der Kaufkraftverlust ölexportierender Länder, das Russlandimportembargo und die sich seit Ende 2014 abzeichnende Wirtschaftsschwäche auf den asiatischen Märkten zu nennen.
Die damit verbundene Schwächung des Weltmarktes wirkte sich unmittelbar in der EU und somit auch in Deutschland aus.
Anfang 2015 zogen die Märkte weltweit wieder an, der Einbruch erfolgte im April 2015 und die Preise sämtlicher Molkereiproduktsegmente sanken bis über das Ende des ersten Quartals 2016 auf ein teilweise historisch niedriges Niveau. Die bei den Kontraktverhandlungen vom Lebensmitteleinzelhandel durchgesetzten Preissenkungen im Frischesegment verschärften die ohnehin für die Molkereien schlechte Erlössituation im Mai 2016 noch einmal deutlich. Der Bereich Milchfrischprodukte wurde durch die deutlichen Preisabschläge auf ein ähnlich niedriges Verwertungsniveau gebracht wie es bei Butter und Milchdauerwaren einige Monate vorher bereits erreicht wurde. Die lange Phase der Marktdepression von mehr als 18 Monaten führt dazu, dass viele Milcherzeuger in eine existenzbedrohende Lage geraten sind.
Die Entwicklungen auf dem deutschen Milchmarkt sind zunehmend durch Einflüsse auf internationalen Märkten geprägt. Die langjährige Entwicklung der Milchauszahlungspreise in Niedersachsen im Jahresdurchschnitt und die gleichzeitig in der nachfolgenden Grafik aufgetragenen prägenden Weltereignisse veranschaulichen deutlich, wie stark der Milchmarkt auf Einflüsse am Weltmarkt reagiert.
Aktuell kann von einer leichten Entspannung des Marktes gesprochen werden. Die Preise in einzelnen Segmenten nehmen seit Juni 2016 langsam wieder etwas an Fahrt auf und der LEH hat bereits die Preise für Butter von 70 auf 90 Cent je 250 g Päckchen angehoben. Schnittkäse notiert seitdem kontinuierlich höher, es werden weitere Preissteigerungen erwartet.
Sofern sich diese Entwicklungen weiter fortsetzen ist damit zu rechnen, dass der LEH und die Ernährungsindustrie bei den anstehenden Preisverhandlungen weiteren Preiserhöhungen zustimmen müssen. Der saisonale Rückgang der Milchanlieferungen und die rückläufigen Entwicklungen bei den Milchinhaltsstoffen werden zu einer weiteren Verknappung des Angebots an Milch und Milchprodukten führen.

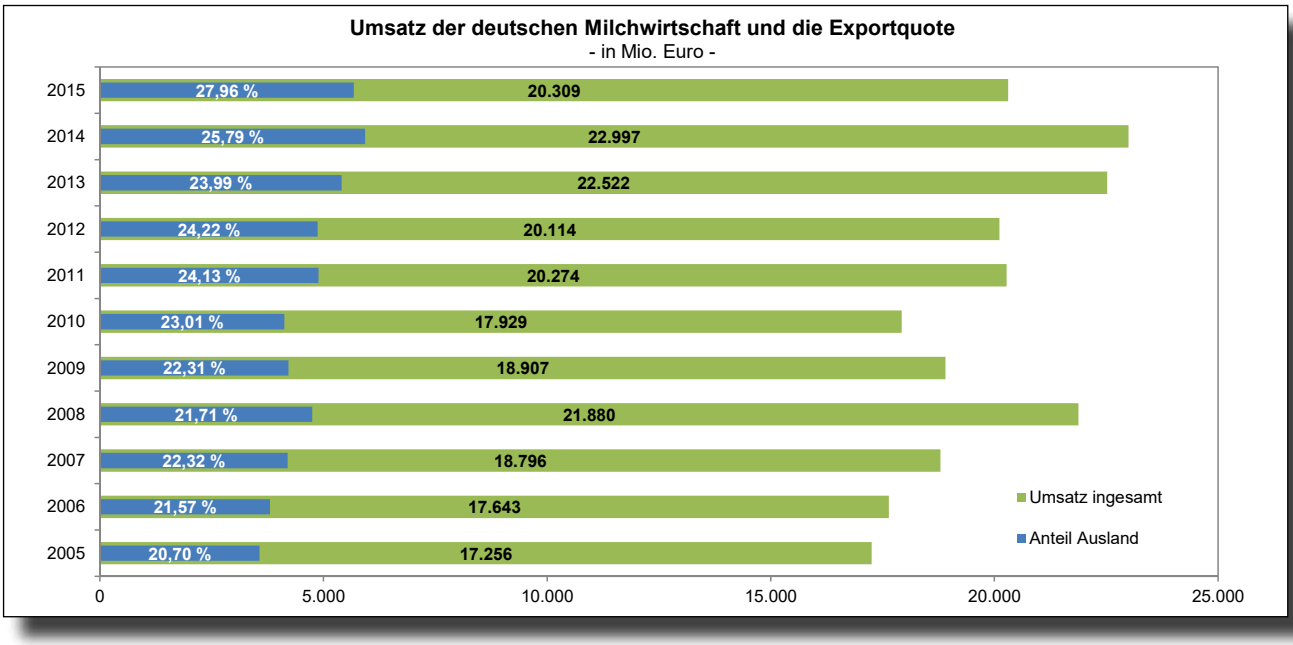
Ein wichtiges Instrument zur Entlastung des Marktes ist erneut die Intervention. Insgesamt wurden bereits 218.000 Tonnen Magermilchpulver zum Festpreis angekauft und bis Mitte 2016 weitere knapp 80.000 Tonnen im Ausschreibungsverfahren angeboten und aus dem Markt genommen.
Sollte die EU-Kommission mit den Beständen eine ähnliche verantwortungsvolle Strategie verfolgen wie in 2009, dann ist nicht damit zu rechnen, dass der Abverkauf die spätere Marktentwicklung nachhaltig stören wird.



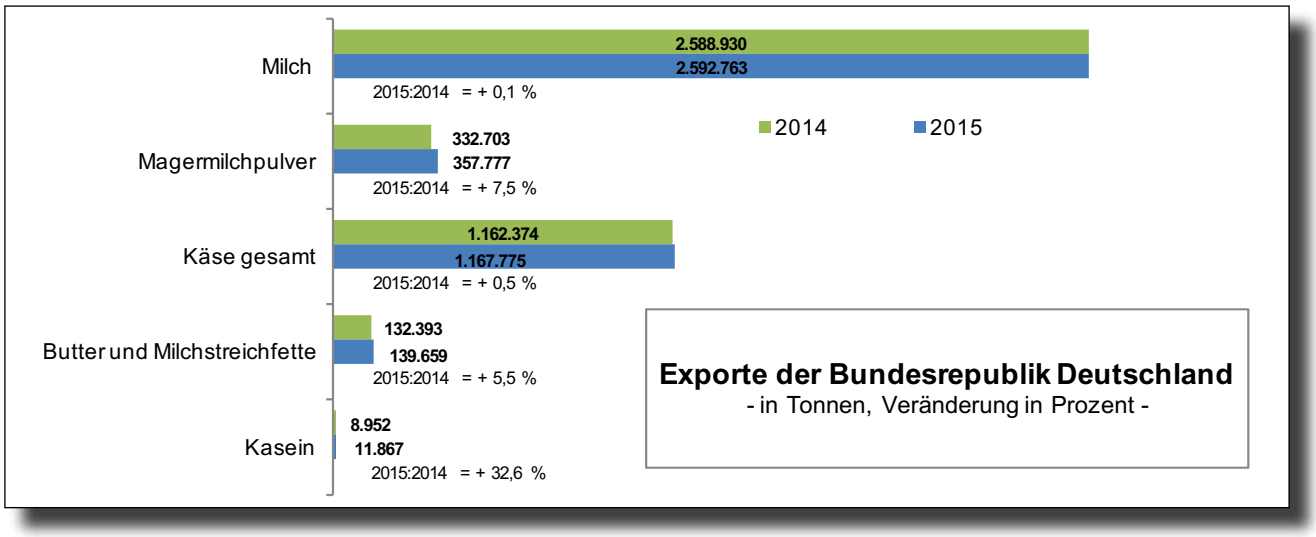
Quelle: 8

Umsatz und Export

Mit einem Gesamtumsatz in Höhe von 20,309 Mrd. Euro schlossen die deutschen Molkereien das Jahr 2015 ab. Dies entsprach im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang um 11,7%. Der Anteil des im Ausland erwirtschafteten Umsatzes verringerte sich von 5,9 auf 5,7 Mrd. Euro. Insgesamt erwirtschafteten die deutschen Molkereien rund 27,9 Prozent ihres Umsatzes im Ausland.



Quelle: 1



Quelle: Statistisches Bundesamt, MIV

Wie das vorstehende Diagramm zeigt, haben die Exporte von Milch und Milchprodukten in 2015 leicht zugenommen. Auch wenn China und Russland nicht mehr DIE Absatzmärkte sind, sind Produkte „made in Germany“ weltweit gefragt.

5.1 Milcherzeugung und Agrarstruktur

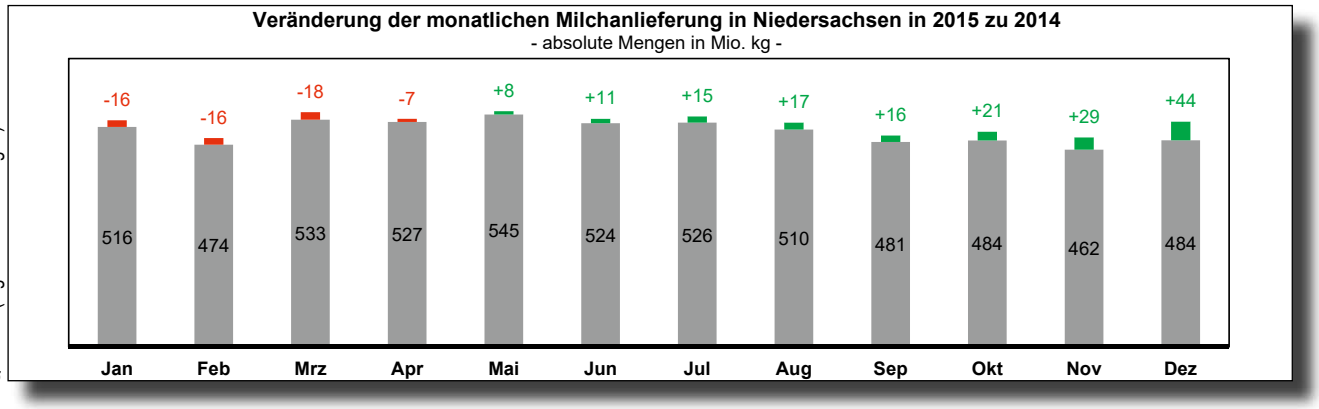
Milchanlieferung Europäische Union, Deutschland und Niedersachsen

	Milchanlieferung in Mrd. kg		Veränderung	
	2014	2015	Mrd. kg	Prozent
Europäische Union - EU 28	148,40	151,58	+ 3,2	+ 2,1
Deutschland	31,39	31,50	+ 0,1	+ 0,3
Niedersachsen	6,07	6,17	+ 0,1	+ 1,7

Quellen: 1, 4

Rund 6,17 Mrd. Kilogramm Milch wurden im Jahr 2015 nach eigenen Berechnungen der LVN an die niedersächsischen Molkereien angeliefert. Dies entsprach einer Steigerung von 1,7 Prozent gegenüber 2014.
Bezogen auf die bundesweite Anlieferung werden in Niedersachsen knapp 19,6 Prozent (+ 0,3 Prozentpunkte) oder fast ein Fünftel der Milch erzeugt.

In der EU-28 wurden rund 151,58 Mrd. Kilogramm Milch angeliefert, dies waren rund 3,2 Mrd. Kilogramm mehr als noch in 2014, was einem Anstieg von etwa 2,1 Prozent entspricht.



Quelle: 8 (eigene Berechnungen)*

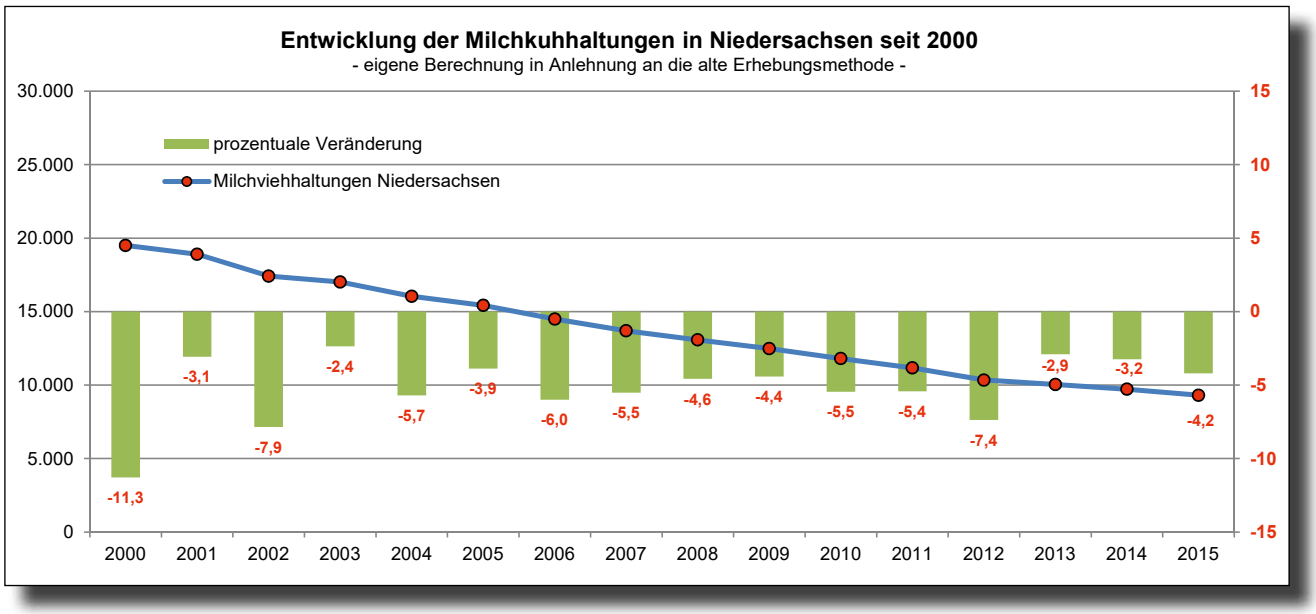
Die wichtigsten Milcherzeugerdaten im Vergleich

Quellen: 1, 2, 8

	Niedersachsen		Deutschland	
	2014	2015	2014	2015
Milcherzeugende Betriebe*	11.023	10.560	76.469	73.255
Milchkühe*	845.318	865.357	4.295.680	4.284.639
Kühe/Haltung	76,70	81,90	56,20	58,50
Milcherzeugung in Mrd. kg	6,68	6,86	32,39	32,72
Milchanlieferung an Molkereien in Mrd. kg	6,07	6,17	31,39	31,50

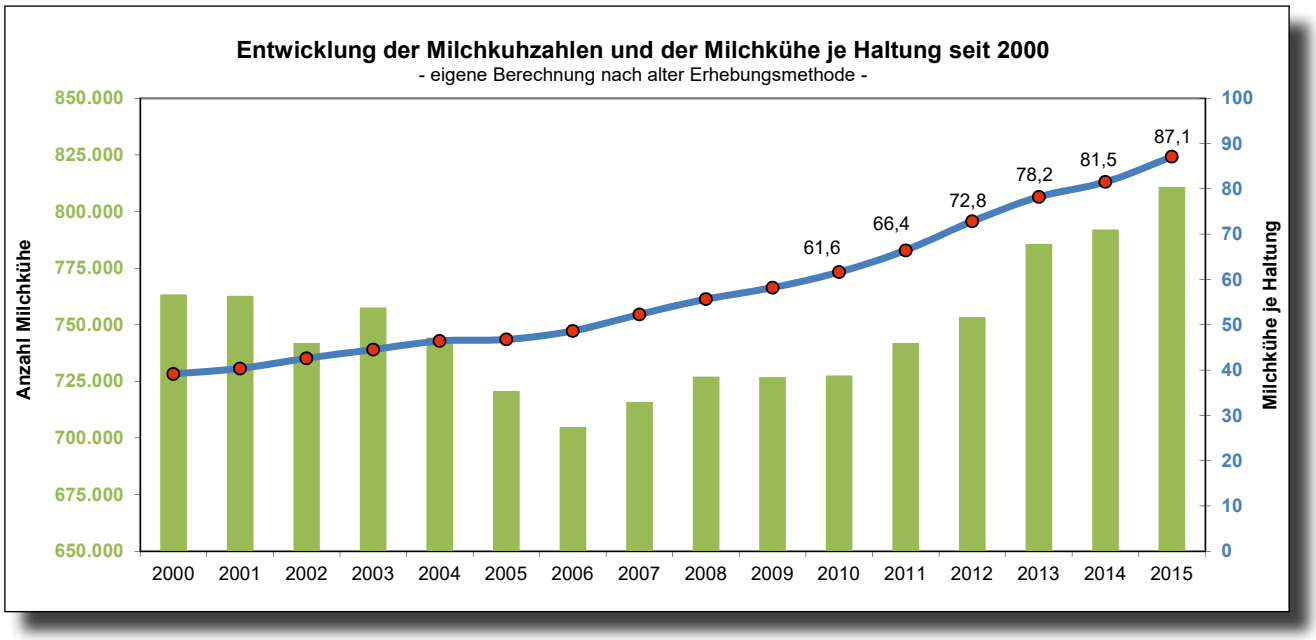
* offizielle Daten, geänderte Datengrundlage

Es gestaltet sich weiterhin schwierig, die strukturellen Veränderungen der Milcherfassung in Deutschland zu beurteilen. Es findet keine „echte“ Zählung der Milchviehbetriebe und der Milchkühe statt; es wird seit geraumer Zeit die HIT-Datenbank für diese Auswertungen herangezogen. Dies bedeutet, dass die seuchenrechtlichen Einheiten samt Tieren gezählt werden. Daher ist eine Unterscheidung zwischen Milchvieh- und Ammenkuhhaltung nicht mehr möglich. Das Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) wertet die HIT-Zahlen unter Zuhilfenahme der Rasse aus. Es ist aber davon auszugehen, dass die Mutterkühe in der Anzahl der Milchkühe enthalten sind.
Für 2015 ergeben sich nach eigenen Berechnungen unter Anwendung der prozentualen Veränderungen nach alter Erhebung folgende Zahlen und Einschätzung der Tendenzen:
Die Zahl der Milchviehhaltungen ging in 2015 um 463 Betriebe oder 4,2 Prozent auf 9.309 Haltungen zurück. Die Tendenz eines strukturbedingten Rückgangs aus den vergangenen Jahren scheint sich weiterhin fortzusetzen. Jährlich stellen in Niedersachsen mehrere hundert Betriebe die Milchviehhaltung ein.
Wendet man auf die Milchviehzahlen die gleiche Berechnungsgrundlage an, stellt man einen Anstieg um 18.777 Milchkühe oder knapp 2,4 Prozent auf 810.864 Tiere fest. Es ist weiterhin festzuhalten, dass mit abnehmender Zahl der Haltungen die Zahl der Milchkühe weiter steigt.



Quelle: 8 nach 3

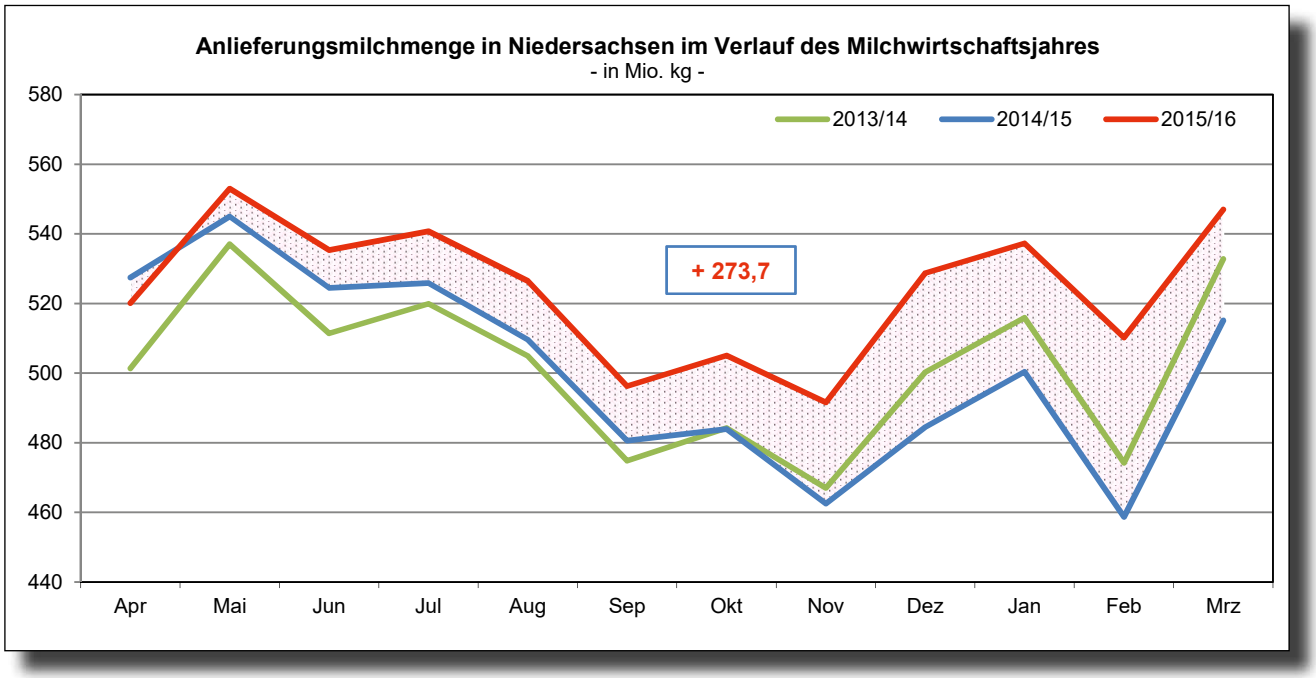
Mit Hilfe dieser Daten errechnet sich für 2015 eine durchschnittliche Milchviehzahl je Haltung von 87,1 Kühen, dies sind 5,6 Kühe mehr als noch im Vorjahr. Damit setzt sich der Trend zu größeren Herden weiter fort.



Quelle: 8 nach 3

Entwicklung der Milchanlieferung

Die niedersächsischen Molkereien sammelten im vergangenen Milchwirtschaftsjahr 2015/16 deutlich mehr Milch von ihren Erzeugern als im vergangenen Wirtschaftsjahr. Mit einer Steigerung von 273,7 Mio. kg wurden fast 6,3 Mrd. kg Milch gesammelt.
Wie das nachfolgende Diagramm aufzeigt, verlief die Milchanlieferung saisonbedingt wie in den vergangenen Jahren, jedoch mit einer deutlichen Steigerung, die nach Ende der Milchquote langsam einsetzte und sich in den Herbst- und Wintermonaten deutlich weiter steigerte. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass zum Ende des letzten Milchquotenjahres die niedersächsischen Milcherzeuger die Milchanlieferung in der 2. Hälfte des Quotenjahres drosselten und somit die Mengen sogar unter die Linie von 2013/14 fielen. Selbst im Vergleich mit dem Milchwirtschaftsjahr 2013/14 sind die Steigerungsraten deutlich.



Quelle: 8, 2

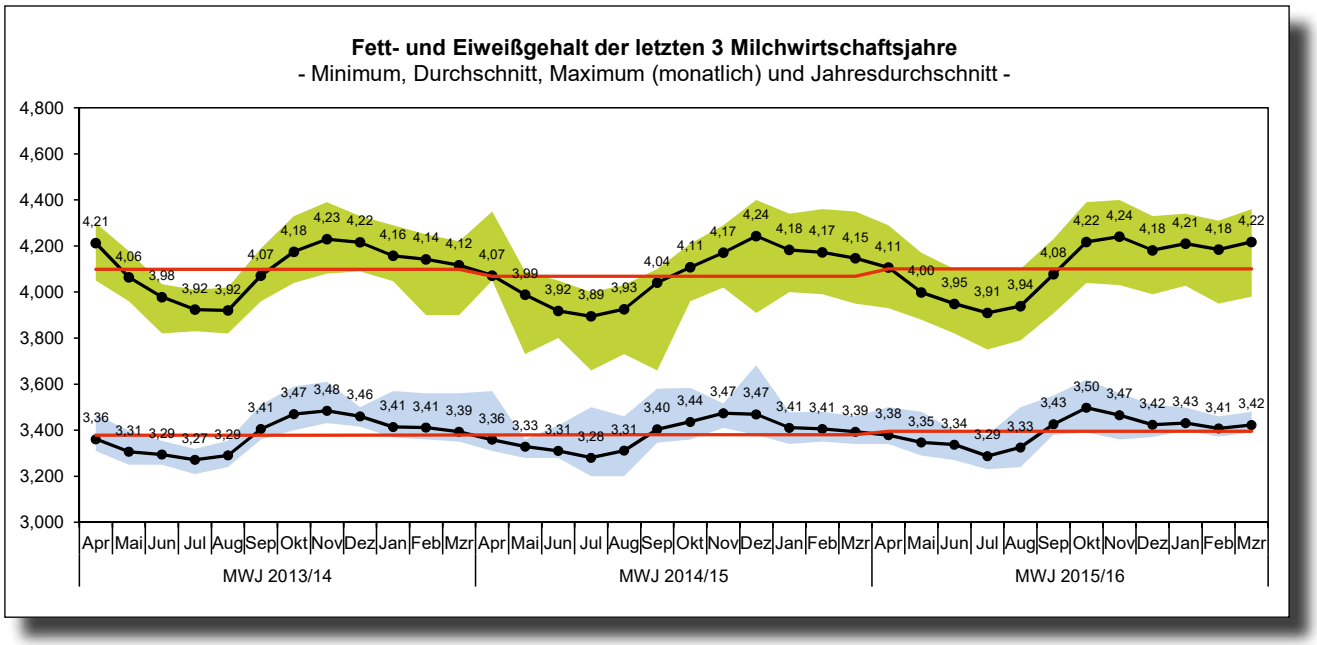
Entwicklung der Milchinhaltsstoffe: Fett- und Eiweißgehalt

	Ø-Fett [%]	Ø-Eiweiß [%]
2010/11	4,172	3,400
2011/12	4,144 ↘	3,384 ↘
2012/13	4,153 ↗	3,388 ↗
2013/14	4,099 ↘	3,378 ↘
2014/15	4,068 ↘	3,380 ↗
2015/16	4,101 ↗	3,395 ↗

Quelle: 8

Die vorstehende Tabelle zeigt die Veränderungen der durchschnittlichen Fett- und Eiweißgehalte der vergangenen sechs Milchwirtschaftsjahre.

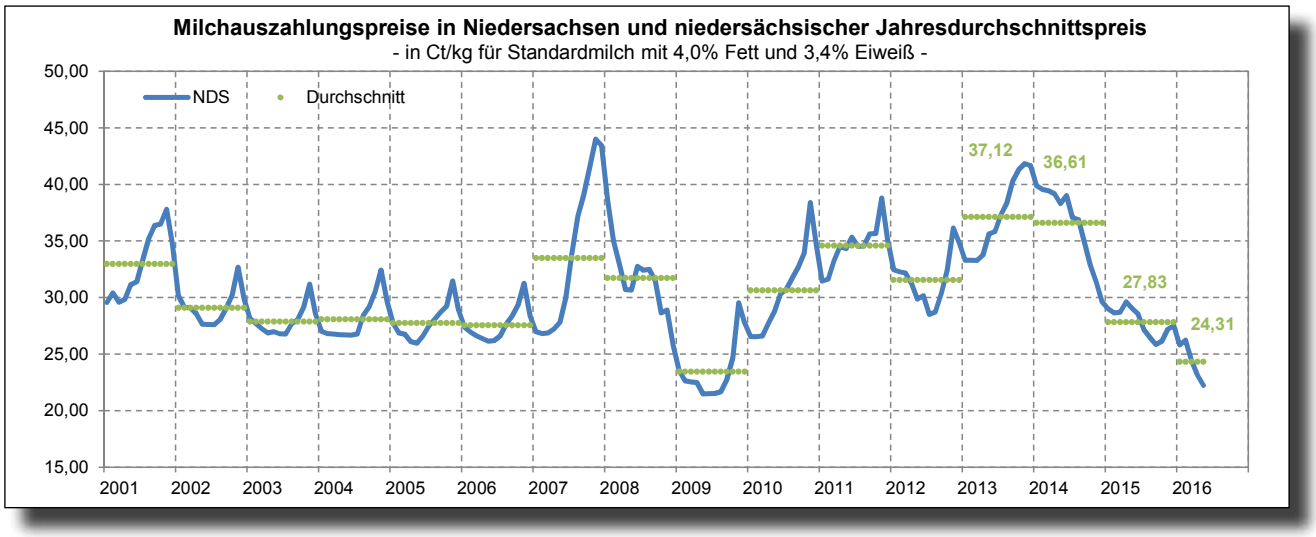
Während der durchschnittliche Fettgehalt weiterhin mit rund 0,06 – 0,15 Prozentpunkten über dem der Standardmilch, also 4 Prozent, liegt, pendelt sich der durchschnittliche Eiweißgehalt weiter knapp unter dem Standardeiweißgehalt von 3,4 Prozent ein.
Das folgende Diagramm zeigt den detaillierten Verlauf der Fett und Eiweißgehalte der niedersächsischen Anlieferungsmilch in den letzten drei Milchwirtschaftsjahren. Hier ist deutlich erkennbar, dass in den Sommermonaten ab Mai bis August der Gehalt der Inhaltsstoffe deutlich unter dem Jahresmittelwert liegt. In der kälteren Jahreszeit bewegen sich die Werte meist oberhalb des Durchschnittswertes.



Quelle: 8

5.2 Milchgeldauszahlung

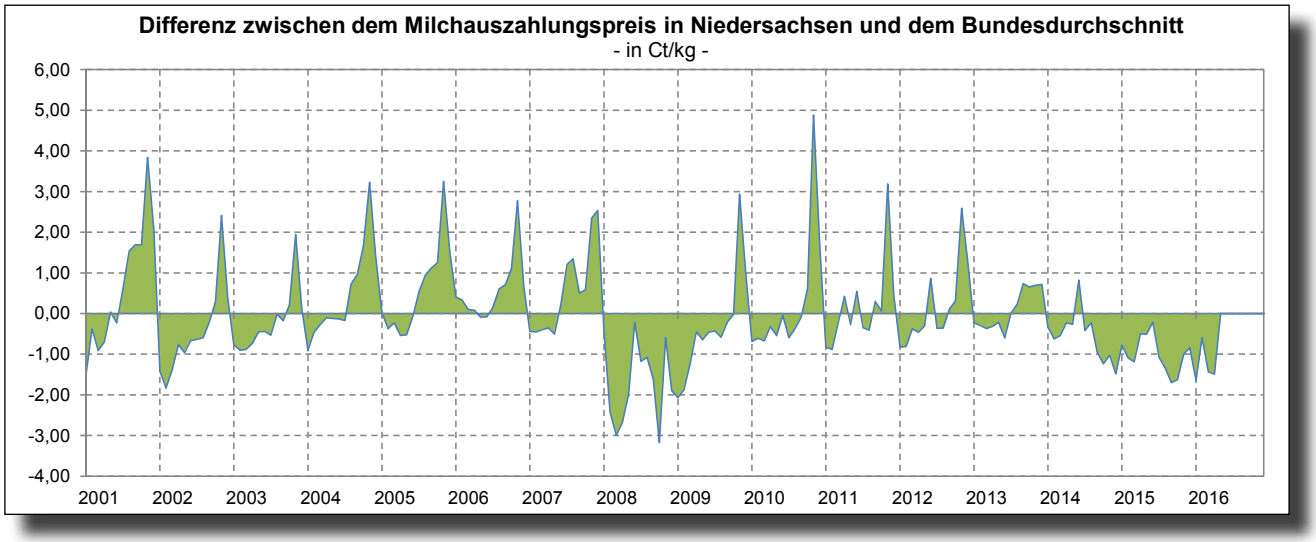
Das Jahr 2015 schloss mit einem Jahresdurchschnittspreis für Standardmilch mit 4,0 Prozent Fett und 3,4 Prozent Eiweiß in Höhe von 27,83 Ct/kg ab. Dies waren 8,79 Ct/kg weniger als in 2014 (36,61 Ct/kg). Im Mai lag der Durchschnittspreis für die ersten 5 Monate in 2016 bei 24,31 Ct/kg Standardmilch. Vergleicht man dies mit dem kumulierten Milchauszahlungspreis im Mai 2015 (29,01 Ct/kg) ergibt sich ein Rückgang von 4,70 Ct/kg für Standardmilch. Seit dem Preishöchststand im November 2013 mit 41,84 Ct/kg hat sich ein extremer Preisverfall vollzogen. Der durchschnittliche Milchauszahlungspreis ist seitdem um 19,62 Ct/kg gesunken. Die Notierungen und Preisfeststellungen von Butter, Schnittkäse und Pulver in Kempten und Hannover spiegeln diesen Verlauf wider. Die Gründe für diese Entwicklung sind hauptsächlich auf dem Weltmarkt für Milch- und Milcherzeugnisse zu suchen. Eine weitere Verschärfung der Situation ist zudem im Nachgang der Preisverhandlungen mit dem Lebensmitteleinzelhandel für das weiße Sortiment eingetreten. Eine Folge hiervon sind u. a. die Preise für Trinkmilch die aktuell unter 50 Ct pro Liter liegen.



Quelle: 8 nach 2

Betrachtet man die Differenz zwischen dem Milchauszahlungspreis in Niedersachsen und dem Bundesdurchschnitt (siehe nachfolgendes Diagramm), so wird deutlich, dass sich die Preise in den vergangenen Jahren immer weiter angeglichen haben, die Verwertungsunterschiede also weiter abnehmen.

Der Preis für 1 Kilogramm Standardmilch lag in 2015 im Bundesmittel laut BLE bei 29,29 Ct/kg (Stand 15.07.2016) und somit um 1,46 Ct/kg über dem niedersächsischen Milchauszahlungspreis in Höhe von 27,83 Ct/kg. Somit lag Niedersachsen wie im vergangenen Jahr erneut unterhalb des Bundesdurchschnitts.



Quelle: 8 nach 2

5.3 Molkereistruktur in Niedersachsen

Anzahl der Molkereien mit eigener Milchanlieferung

	1970	1980	1990	2000	2013	2014	2015
Niedersachsen	360	176	123	49 (58*)	26 (30*)	23 (29*)	23 (29*)
Milchanlieferung in Mio kg	3.811,5	4.691,5	4.521,3	5.077,4	5.954,8	6.066,7	6.171,3
Ø-Milchanlieferung in Mio kg pro Molkerei	12,5	26,7	36,8	103,6	238,2	263,8	268,3

Quelle: 8

* Betriebsstätten (Vorjahr in Klammern)

Stand: 31.12.2015

Die Struktur der Milchwirtschaft in Niedersachsen änderte sich in 2015 nur minimal. Lediglich ein Unternehmen schloss zum 31.12. seine Verarbeitungsstätte, blieb als milchsammelndes Unternehmen aber bestehen, so dass sich die Zahl der Unternehmen dadurch nicht änderte.
Durch die weiter zunehmenden Milchanlieferungsmengen stieg die durchschnittliche Anlieferung pro Molkerei von 263,8 Mio. kg auf 268,3 Mio. kg. Dies war ein Anstieg je Molkerei von über 4,5 Mio. kg oder rund 1,7 Prozent.
Die Anzahl der verarbeitenden Unternehmen lag zum 31.12. durch die bereits angesprochene Änderung, bei 13, zuzüglich der dazugehörigen Werke bei 19. Die verbleibenden Betriebe sind reine Milchsammelstellen.

In der Übersicht bleiben die milchverarbeitenden, niedersächsischen Unternehmen, die keine eigene Milchanlieferung bzw. keine eigenen Milcherzeuger haben, unberücksichtigt.

Quelle: 8

	Genossenschafts-molkerei	Privat-molkerei
Anteil Unternehmen	45,5 %	54,5 %
Anteil Milchlieferung	78,1 %	21,9 %

45,5 Prozent der Molkereien waren genossenschaftlich organisiert und sammelten 78,1 Prozent der in Niedersachsen angelieferten Milch.

Unterteilung der Molkereien in Größenklassen

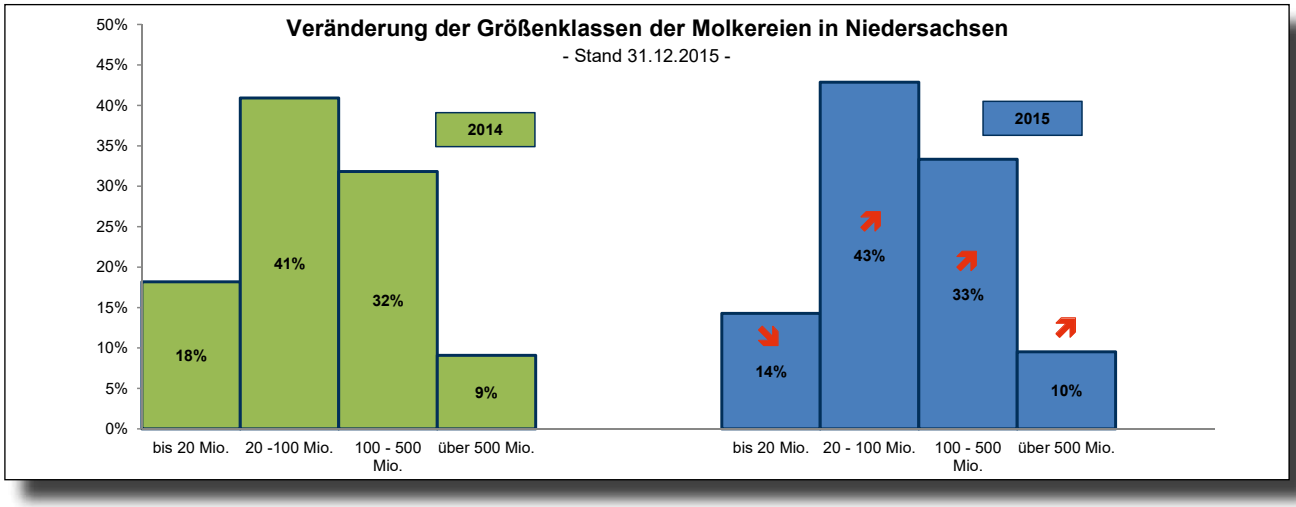
Stand: 31.12.2015

Jahresmilchanlieferung in kg	Anzahl der Molkereien in %	Anteil der Milchanlieferung in Mio kg	Anteil der Milchanlieferung in %
bis 20 Mio	14,3	29	0,5
20 - 100 Mio	42,9	354	5,7
100 - 500 Mio	33,3	1.446	23,4
über 500 Mio	9,5	4.343	70,4
	100,0	6.171	100,0

Quelle: 8

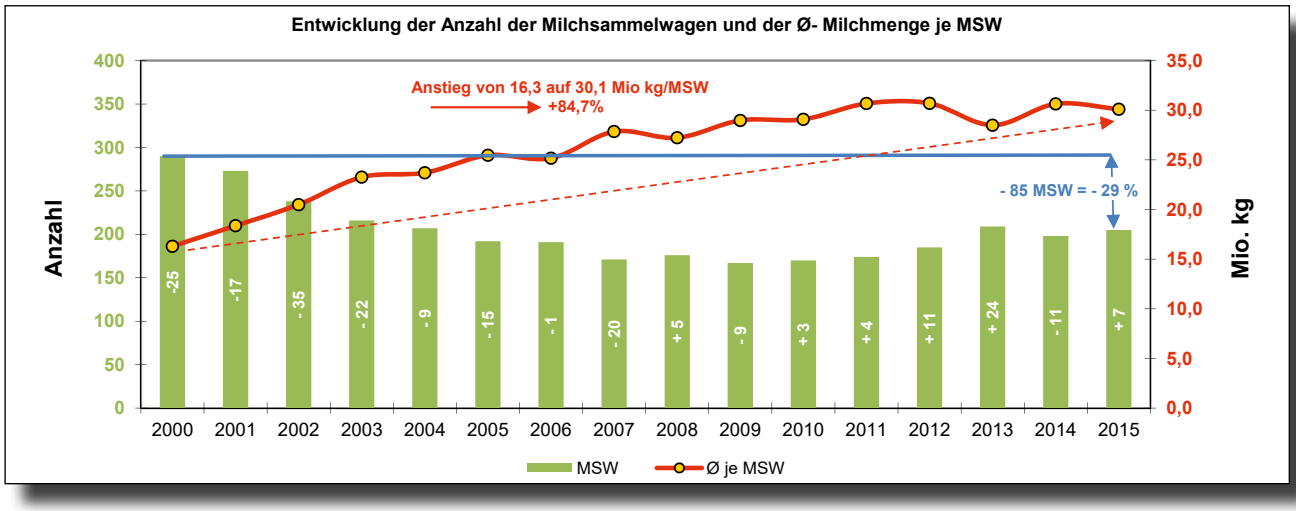
Die vorstehende Tabelle und das nachfolgende Diagramm zeigen die Veränderungen der Struktur der Molkereien in Niedersachsen. Molkereien mit einer Jahresanlieferung von bis zu 20 Mio. Kilogramm machten einen Anteil von rund 14 Prozent aus, was einen Rückgang von knapp 4 Prozent war. Zu diesen Molkereien zählen vor allem die Milchsammelstellen und kleine von Direktvermarktern aufgebaute Unternehmen. Wie aus der Tabelle ersichtlich, sammeln sie nur einen Anteil von 0,5 Prozent der Anlieferungsmilchmenge.

In den Größenklassen bis zu 100 Mio. kg und bis zu 500 Mio. kg war ein leichter Anstieg um jeweils rund 2 Prozent zu verzeichnen, die gesammelte Milchmenge dieser beiden Größenklassen belief sich nahezu unverändert auf 1,8 Mrd. kg.
Ein weiterhin anhaltender Trend ist auch bei den Mengenvergleichen erkennbar:
Die vier anlieferungsstärksten Molkereien in Niedersachsen erfassten in 2015 wieder über 80 Prozent der angedienten Rohmilch.



Quelle: 8

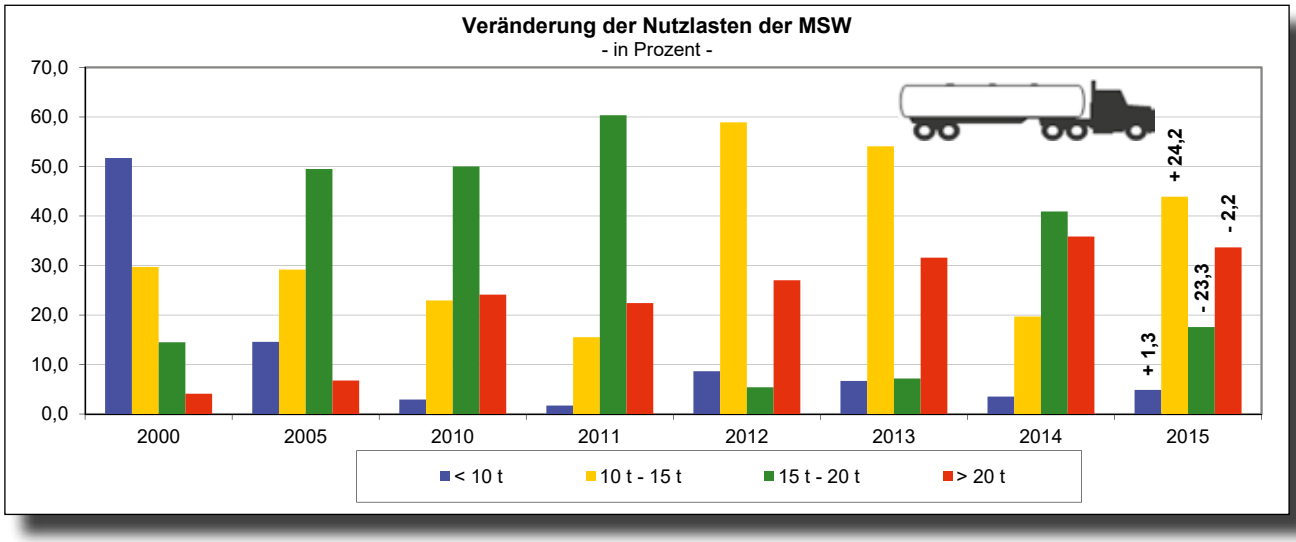
5.4 Milcherfassung in Niedersachsen



Quelle: 8

Insgesamt 205 (+7) Milchtanksammelwagen (MSW) mit 127 Anhängern (+3) haben im vergangenen Jahr eine Anlieferungsmilchmenge von knapp 6,17 Mrd. Kilogramm Milch gesammelt.
Von diesen 205 Fahrzeugen werden 28 MSW (13,7 Prozent) als Ersatzfahrzeuge eingesetzt, 23 MSW (11,2 Prozent) gehören Speditionen.

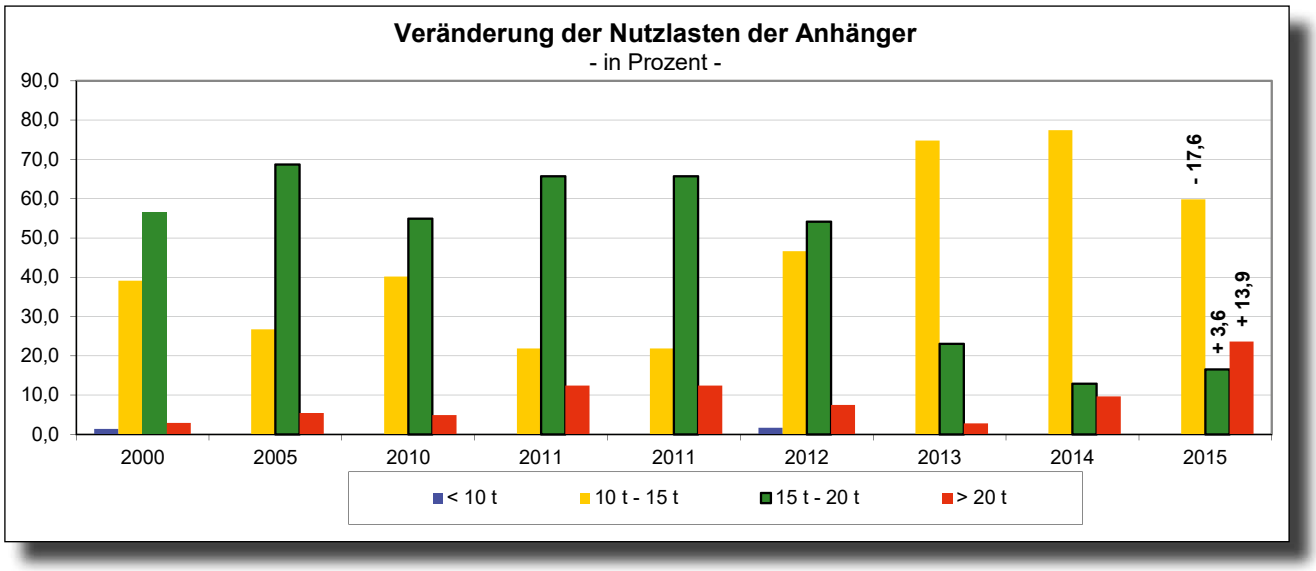
Die Zahl der MSW ist seit 2000 um 29 Prozent oder 85 Fahrzeuge zurückgegangen. Die durchschnittliche Sammelmenge je MSW von 30,6 Mio. Kilogramm ging auf 30,1 Mio. Kilogramm pro Fahrzeug zurück



Quelle: 8

Die Veränderung der Kapazitäten der MSW setzte sich in 2015 weiter fort. Während die Aufnahmemengen von bis zu 15 Tonnen seit 2012 immer weiter zurückgehen, werden zunehmend MSW mit Kapazitäten von über 20 Tonnen eingesetzt, auch wenn der prozentuale Anteil in 2015 um 2,2 Prozent zurückging. Hierbei handelt es sich vermehrt um Zugmaschinen mit Auflieger, die dem herkömmlichen Milchtanksammelwagen mit Anhänger zunehmend Konkurrenz machen.

Bei den Anhängern ist eine ähnliche Situation zu erkennen. Hier werden zwar weiterhin hauptsächlich Anhänger mit 10 – 15 Tonnen Nutzlast eingesetzt, jedoch steigt der Anteil der Anhänger mit > 20 Tonnen Nutzlast. Hierbei muss jedoch die Frage gestellt werden, ob es sich ebenfalls um eine Umrüstung auf Zugfahrzeuge mit Tankauflieger zur Milchabholung handelt.



Quelle: 8

5.5 Produktionszahlen und Entwicklung der niedersächsischen Molkereien

Produktion der niedersächsischen Molkereien im Bundesvergleich für das Jahr 2015
(Stand: Mai 2016)

		Niedersachsen	zum Vorjahr ± in %	Deutschland	zum Vorjahr ± in %	Anteil NDS an D in %
Anlieferung (in Mrd. kg)		6,17	+ 1,7	31,50	+ 0,3	19,6 (19,3) ↗
Herstellung in Tonnen	Konsummilch	393.523	- 2,3	4.982.158	- 0,9	7,9 (11,6) ↘
	Buttermilch und Buttermilcherzeugnisse	13.776	- 12,6	128.454	- 5,2	11,6 (11,9) ↘
	Sauermilch, Kefir-, Joghurterzeugnisse*	120.962	- 2,4	751.335	+ 4,2	16,1 (17,2) ↘
	Milchmischerzeugnisse*	95.494	+ 6,2	2.315.160	+ 1,8	4,1 (4,0) ↗
	Summe Milchfrischprodukte	623.755	- 1,4	8.177.107	+ 0,2	7,6 (7,8) ↘
	Sahne/Sahneerzeugnisse	182.663	+ 9,5	566.387	- 0,0	32,3 (29,4) ↗
	Butter	127.072	+ 13,6	517.255	+ 5,5	24,6 (22,8) ↗
	Hart-, Schnitt- und Weichkäse	310.785	+ 3,9	1.111.676	+ 1,3	28,0 (22,8) ↗
	Speisequark, Frischkäse	265.281	- 1,1	844.185	- 0,4	31,4 (31,6) ↘
	Sonstige Käsesorten	11.345	+ 59,6	539.018	+ 2,4	2,1 (1,4) ↗
	Summe Käse	587.411	+ 2,3	2.494.879	+ 0,9	23,5 (23,2) ↗
	Magermilchpulver	138.643	+ 10,8	408.452	+ 14,3	33,9 (35,0) ↘

Quelle: 2, 8

* Differenzierung nach „Verordnung über Meldepflichten der Milchwirtschaft (Milch-Meldeverordnung – MVO)“

Vorjahr in Klammern

Mit einer Anlieferungsmenge von 6,17 Milliarden Kilogramm wurden im vergangenen Kalenderjahr 1,7 Prozent mehr Milch an die niedersächsischen Molkereien angeliefert. Damit hat sich die Milchmengensteigerung im Vergleich zum Vorjahr (2013 = +1,9 Prozent) um 0,2 Prozentpunkte reduziert, in absoluten Zahlen stieg sie jedoch um 0,1 Mrd. Kilogramm, was verdeutlicht, dass Niedersachsen eine der Gunstregionen der Milchviehhaltung ist.

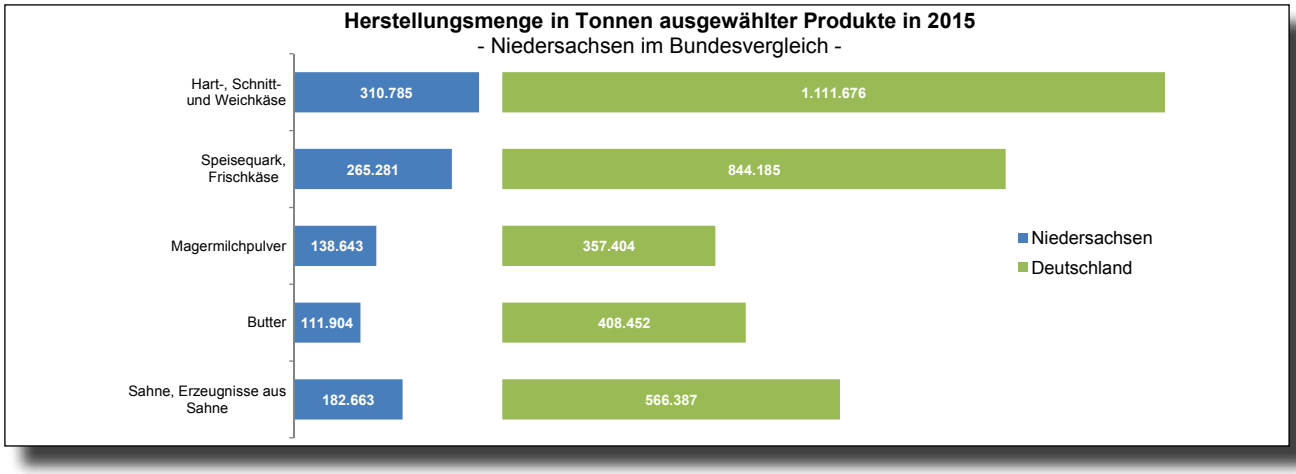
Wie der obenstehenden Tabelle zu entnehmen ist, gab es im vergangenen Jahr deutliche Steigerungen bei der Herstellung

von Butter und Sahne/Sahneerzeugnissen. Auch die Magermilchpulverproduktion wurde ausgeweitet (+10,8 Prozent); ihr Anteil an der Bundesherstellungsmenge hingegen ging um rund 1,1 Prozentpunkte zurück, da bundesweit über 14 Prozent mehr Magermilchpulver hergestellt wurden.

Erneute Steigerungen gab es in der Käseherstellung. Obwohl erneut weniger Frischkäse und Speisequark hergestellt wurden, legte die Gesamtkäseherstellung nach dem Rückgang im Vorjahr wieder zu. Die Zunahme um 2,3 Prozent wurde maßgeblich durch die Hart-, Schnitt- und Weichkäseproduktion erreicht, da die sonstigen Käsesorten trotz einer enormen Steigerung von fast 60 Prozent nicht die entsprechende Menge aufbringen. Größere Mengensteigerungen gab es auch im Pasta filata Segment.

Die Produktionsmengen in Niedersachsen und in Deutschland entwickelten sich in 2015 ähnlich: Während weniger Konsummilch hergestellt wurde, war bei Butter, Käse und auch Magermilchpulver ein positiver Trend zu verzeichnen.

Eine differenzierte Betrachtung folgt in den weiteren Kapiteln.

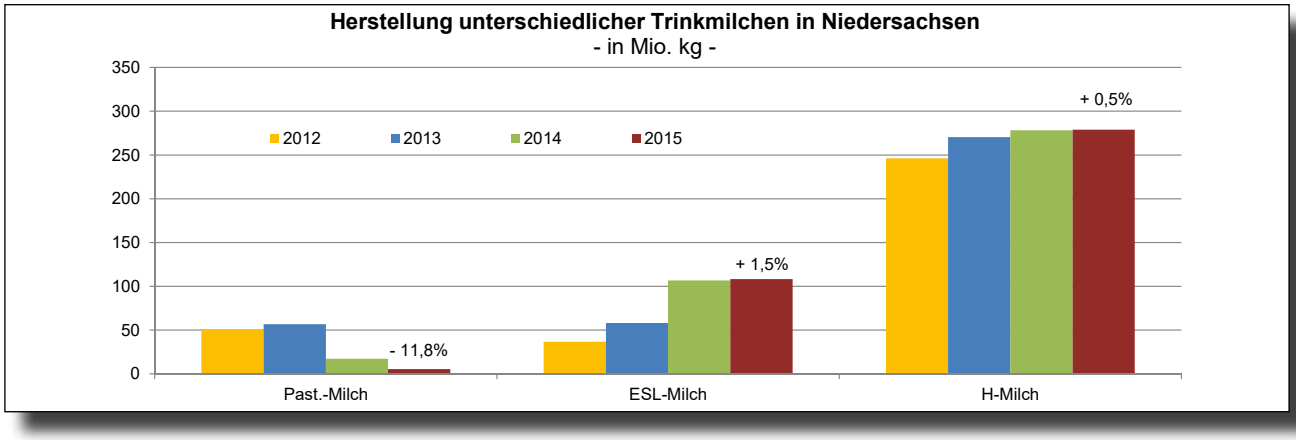


Quelle: 8 nach 2

5.5.1 Weißes Herstellungsprogramm

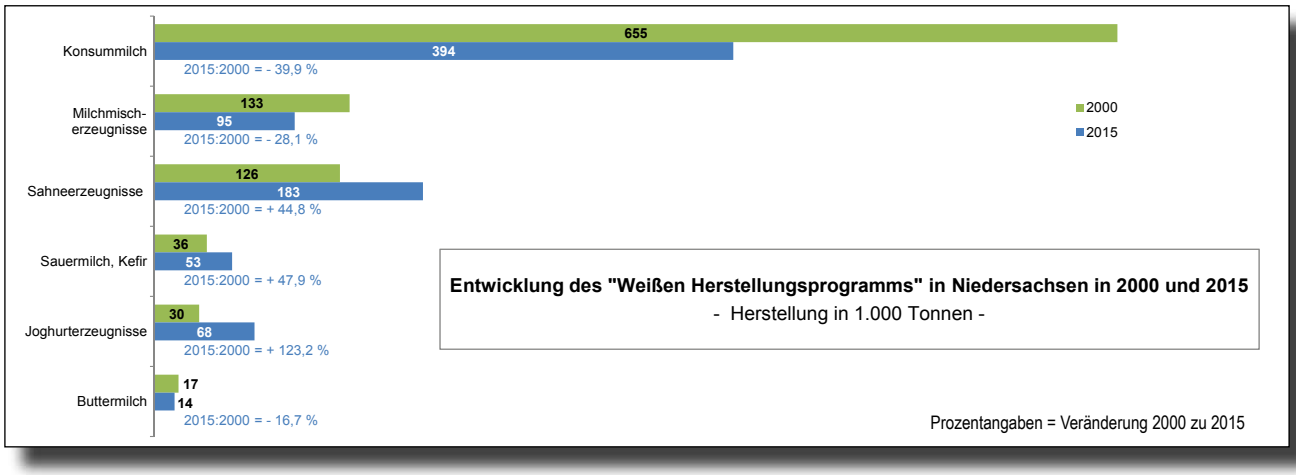
Die genaue Zuordnung der äquivalenten Rohmilchmenge zum Produkt ist seit 2012 nicht mehr eindeutig möglich, da die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) den Punkt Rohstoffeinsatz gänzlich aus der Monatsmeldung gestrichen hat. Daher kann die gewohnte Statistik leider nicht fortgeführt werden.
Dennoch lassen sich anhand der erfassten Daten folgende Fakten festhalten:

Grundsätzlich liegt der Schwerpunkt der Produktion der niedersächsischen Molkereien nicht unbedingt im Bereich des „Weißen Sortiments“. Es ist zu erkennen, dass der Verwertungsanteil für pasteurisierte Milch in Niedersachsen eher als gering einzuschätzen ist. Mit einem Rückgang um 11,8 Prozent im Vergleich zu 2014 ist die Herstellung auf ihrem bisher niedrigsten Niveau angelangt. Meldepflichtige Molkereien in Niedersachsen stellen diese Milch



Quelle: 8 nach 2

kaum noch her, es sind eher die Direktvermarkter, die hier, obwohl sie statistisch nicht erfasst werden (keine Meldepflicht nach MVO), auf den Markt drängen und „traditionell hergestellte“ Trinkmilch anbieten.
„Länger haltbare“ Milch (ESL-Milch = extended shelf life) und H-Milch konnten zwar Produktionssteigerungen verzeichnen, haben jedoch den Gesamtrückgang bei Konsummilch, der durch den Rückgang der „traditionell hergestellten“ Milch verursacht wurde, nicht kompensieren können.
Somit kann weiterhin festgehalten werden, dass die Beliebtheit von „ESL-Milch“ beim Kunden steigt, was an der Haltbarkeit von bis zu 28 Tagen bei gleichzeitig erhaltenem Frischecharakter liegt und diese Milch problemlos auf Vorrat gekauft werden kann.

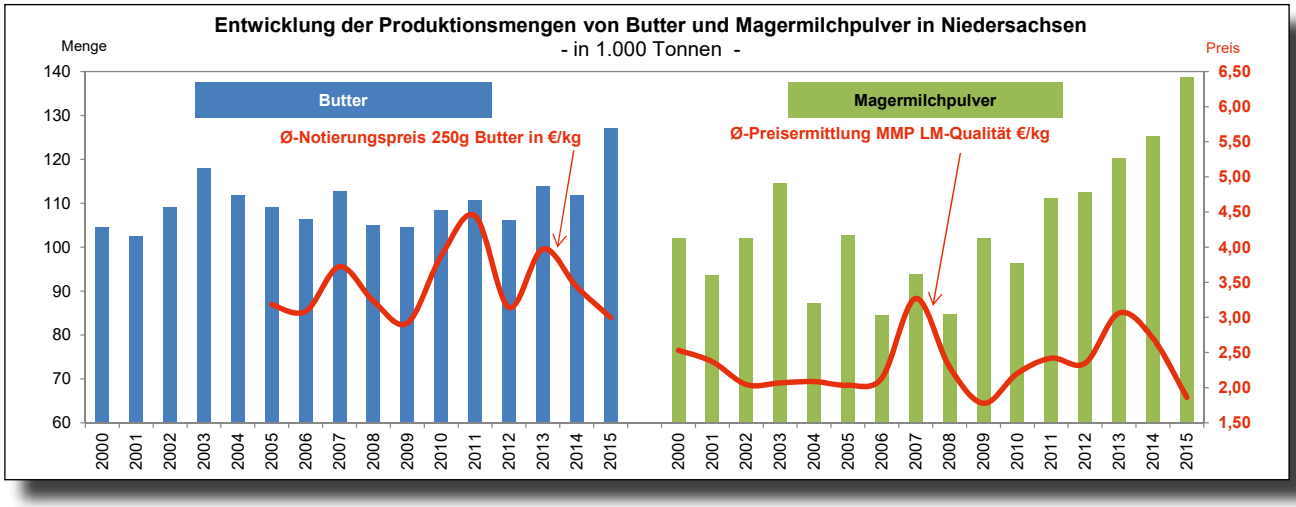


Quelle: 8 nach 2

5.5.2 Butter und Magermilchpulver

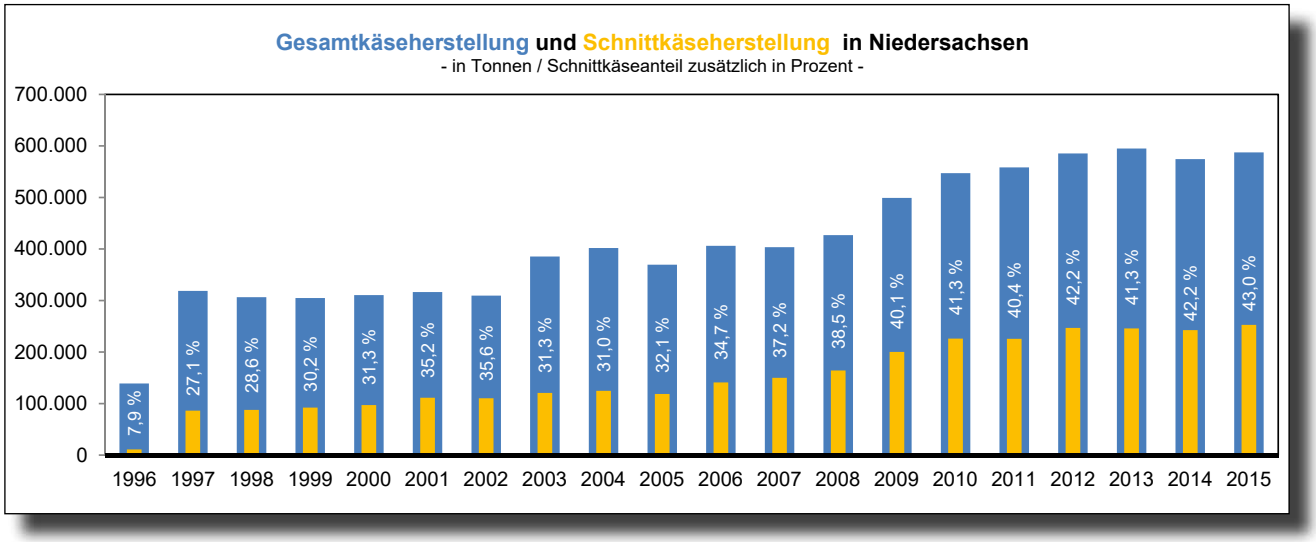
Insgesamt wurden in 2015 rund 127.000 Tonnen Butter in Niedersachsen hergestellt. Dies war im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von rund 13,6 Prozent oder rund 15.000 Tonnen.
Im Vergleich zur bundesweit hergestellten Buttermenge lag der in Niedersachsen produzierte Anteil bei 24,6 Prozent.
Das Preisniveau vergangener Jahre (2011 = 1,11 Euro) wurde in 2015 deutlich unterschritten. Das Päckchen Butter (250 Gramm) wurde 2015 mit durchschnittlich 75 Cent notiert.

Die Herstellungsmenge von Magermilchpulver legte um rund 13.500 Tonnen deutlich zu und lag somit bei rund 138.000 Tonnen.
In Niedersachsen wurden in 2015 33,9 Prozent des bundesweit hergestellten Magermilchpulvers produziert: im Vergleich zu 2014 ein Rückgang um rund 1,1 Prozentpunkte. Dies ist damit zu erklären, dass bundesweit und außerhalb Niedersachsens rund 14,3 Prozent mehr Magermilchpulver hergestellt wurden.



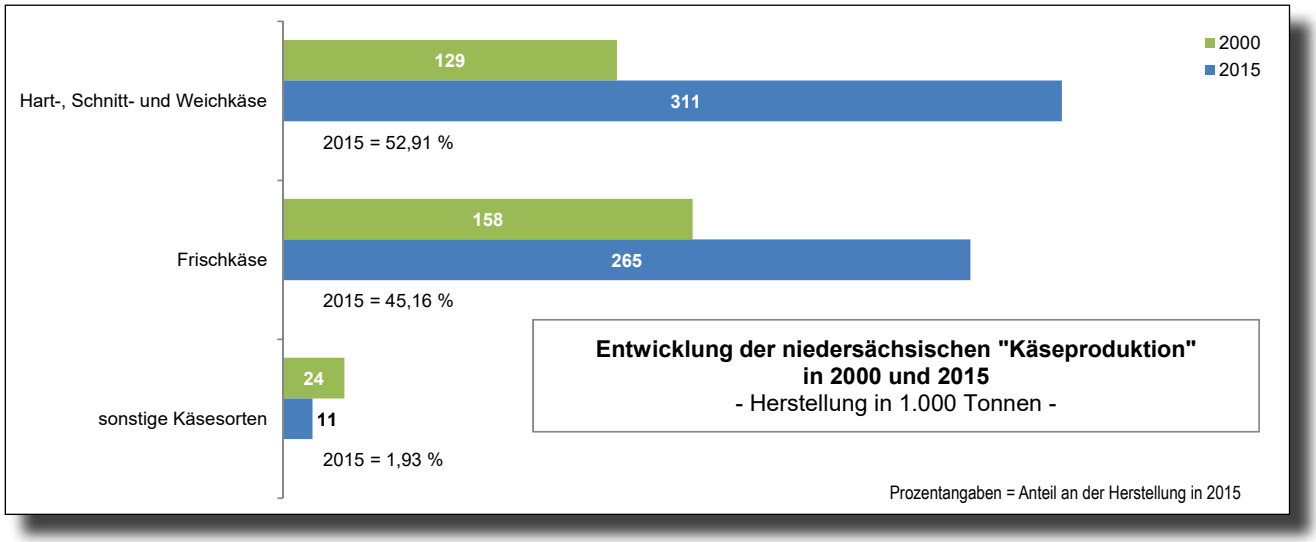
Quelle: 8 nach 2, Süddeutsche Butter- und Käse-Börse e.V.

5.5.3 Käseherstellung



Quelle: 8 nach 2

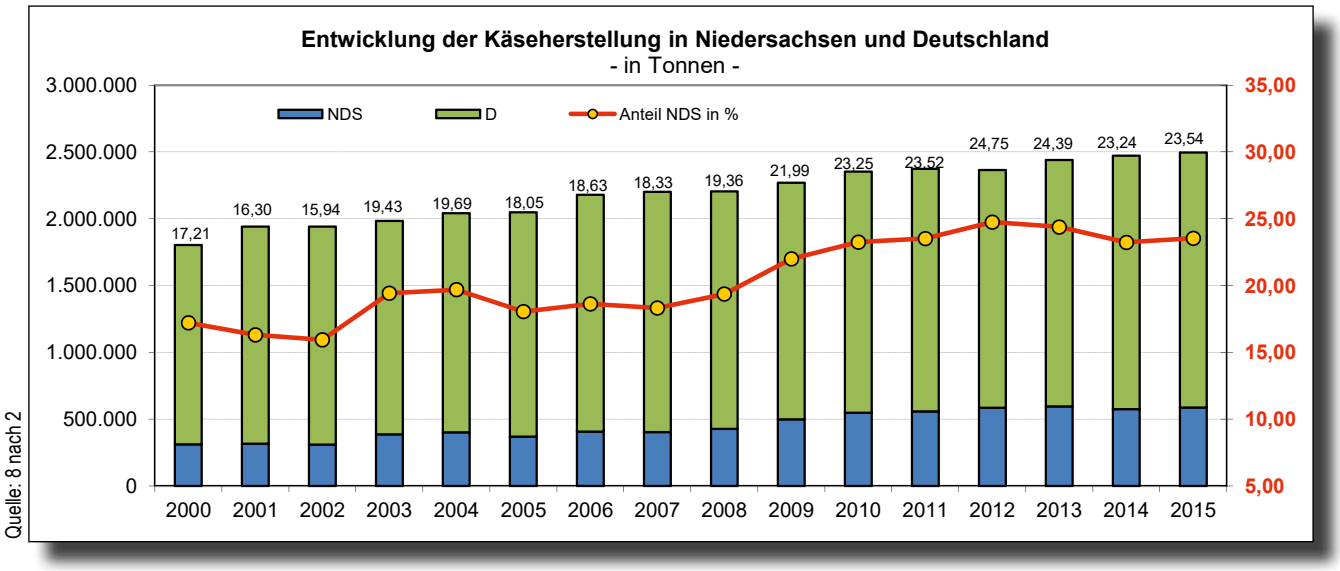
Die niedersächsischen Molkereien haben in 2015 rund 13.000 Tonnen mehr Käse hergestellt als noch in 2014. Damit steigerte sich die hergestellte Menge erneut und belief sich auf gut 587.000 Tonnen. Dies führte auch dazu, dass der in Niedersachsen produzierte Anteil an Käse gemessen an der bundesweiten Produktion um 0,2 Prozentpunkte auf 23,5 Prozent zunahm.



Quelle: 8 nach 2

311.000 Tonnen oder 52,9 Prozent der Gesamtkäseherstellung entfallen in Niedersachsen auf Hart-, Schnitt- und Weichkäse. Frischkäse, zu dem auch der Speisequark zählt, erreichte in 2015 einen Anteil von 45,2 Prozent. Lediglich rund zwei Prozent des Käses entfallen auf die sonstigen Sorten, zu denen neben Pasta filata auch Koch- und Schmelzkäse gehören.

Egal ob es sich hierbei um Export- oder Inlandsware handelt, niedersächsischer Käse ist weiterhin groß im Kommen.



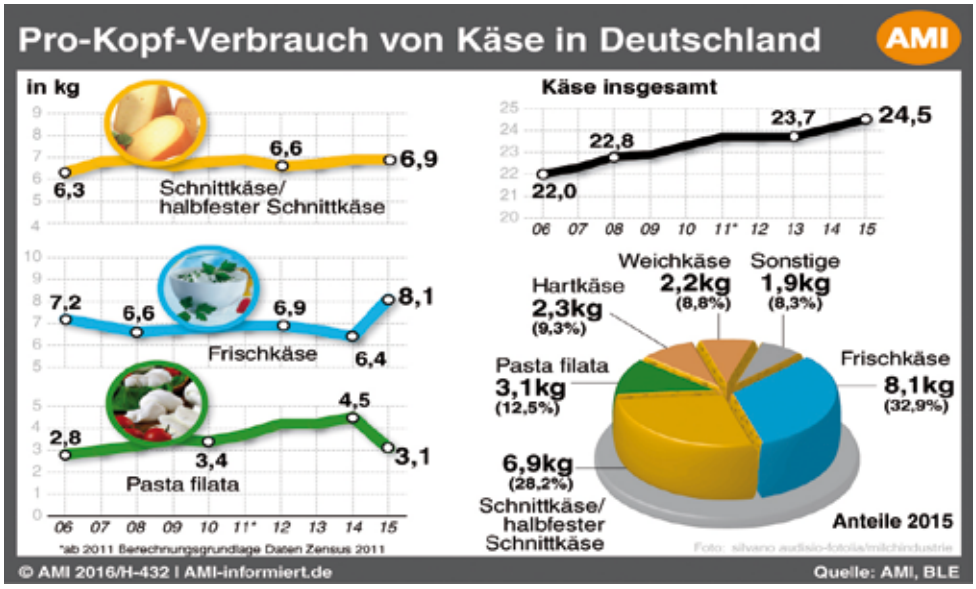
5.5.4 Käseverbrauch in Deutschland weiter gestiegen

Bei Käse hat der Konsum im Jahr 2015 insgesamt weiter zugenommen. Die verbrauchten Mengen sind gegenüber dem Vorjahr um rund 400 g pro Kopf gestiegen. Davon entfallen rund zwei Drittel auf Frischkäse sowie Schnittkäse und halbfesten Schnittkäse.

Nach Angaben der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) war bereits 2014, nach den stabilen Tendenzen in den Jahren 2011 bis 2013, eine Zunahme des Pro-Kopf-Verbrauches um 400 g festgestellt worden. Im EU-weiten Ranking landete die Bundesrepublik im Jahr 2015, wie schon im Jahr zuvor, hinter Frankreich und Finnland auf Platz 3 der größten Käsekonsumenten.

Käse ist eines der wenigen Milchprodukte, welches sich seit 20 Jahren nahezu durchgängig mit einer wachsenden Nachfrage rühmen kann. Allein zwischen 2006 und 2015 ist der Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland um insgesamt 2,5 kg gestiegen.

Die Verbrauchsentwicklung der einzelnen Käsesorten in Deutschland zeigte 2015 ein uneinheitliches Bild. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Schnittkäse und halbfestem Schnittkäse lag mengenmäßig auf dem Niveau von 2014. Beim Frischkäse kam es im vergangenen Jahr zu einem Anstieg des Verbrauches, während der von Pasta filata zurückging.



6 Amtliche Notierungskommissionen für Butter und Käse, Hannover

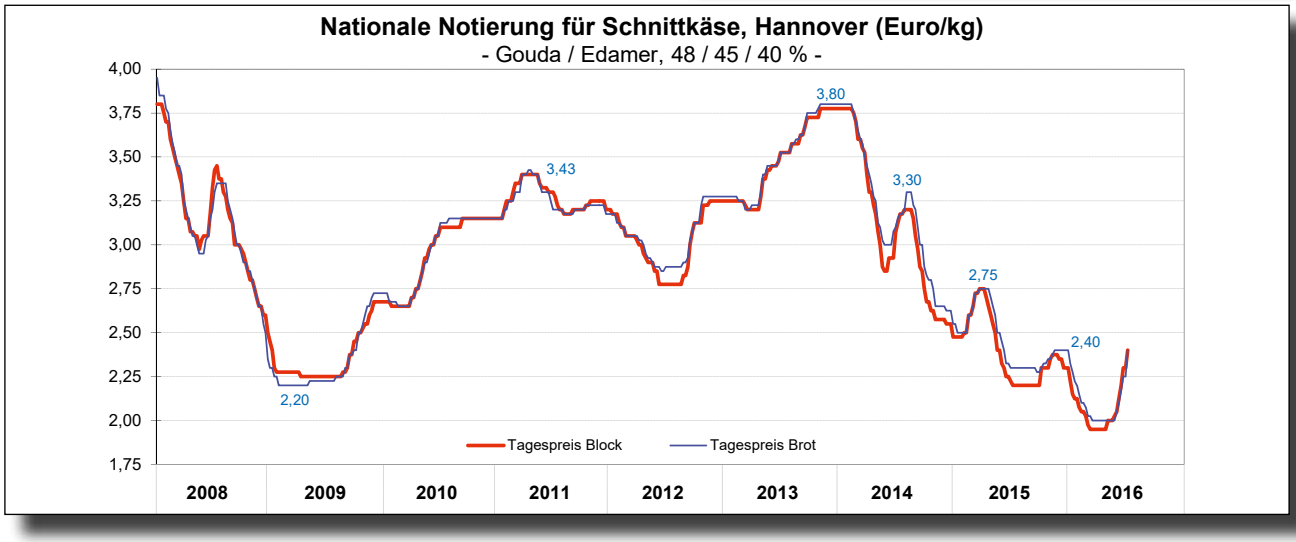
Die amtlichen Notierungskommissionen für Butter und Käse setzten ihre Arbeit in bewährter Art und Weise fort. Die Kommissionsmitglieder weisen hohe fachliche Kompetenz auf und sind aus allen deutschen Regionen vertreten. Die Marktberichte der Notierungsmitglieder und die wöchentlich gemeldeten Mengen und Preise der Unternehmen bilden die Basis für die wöchentlichen Preisnotierungen und -ermittlungen der Notierungsstellen Hannover und Kempten. Die Ergebnisse der Notierungskommissionen werden jeweils in Form einer Spanne und einer verbalen Tendenz, die bereits auf die Folgewoche abzielt, dargestellt.
Jeweils mittwochs werden die Notierungsergebnisse und freitags zusätzlich die Marktordnungsbestände sowohl im Internet als auch in den Aktuellen Informationen der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V. veröffentlicht. Zudem werden die Notierungsergebnisse auf elektronischem Wege an Interessierte als auch an die Fachpresse verteilt.

Käsemarkt

Nachdem die Preise für Käse zum Jahreswechsel 2013/14 (Brot 3,80 Euro/kg, Block 3,78 Euro/kg) nach 2007/08 am höchsten notiert wurden, war in der Folge ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen. Nach jeweiligen deutlichen Rückgängen in den 1. Quartalen 2014, 2015 und auch 2016 erholten sich die Preise in der jeweiligen Folgezeit kurzfristig, um anschließend weiter zu sinken.
Mit einer Notierung von 1,95 Euro/kg für „Blockware“ und 2,00 Euro/kg für „Brotware“ lagen die Preise im Mai 2016 auf niedrigstem Niveau.

Aktuell wird Käse für jeweils 2,40 Euro/kg notiert, eine leichte Erholung der Preise ist zu erkennen. Die inländischen Läger sind weitgehend leer bzw. die Bestände sind jung.
Für die kommenden Abschlüsse werden weiterhin deutliche Preisanhebungen seitens der Hersteller gefordert.

Tagespreis:
Faktura von Abschlüssen mit einer Vertragslaufzeit von bis zu vier Wochen sowie sämtliche Drittlaandsexporte.

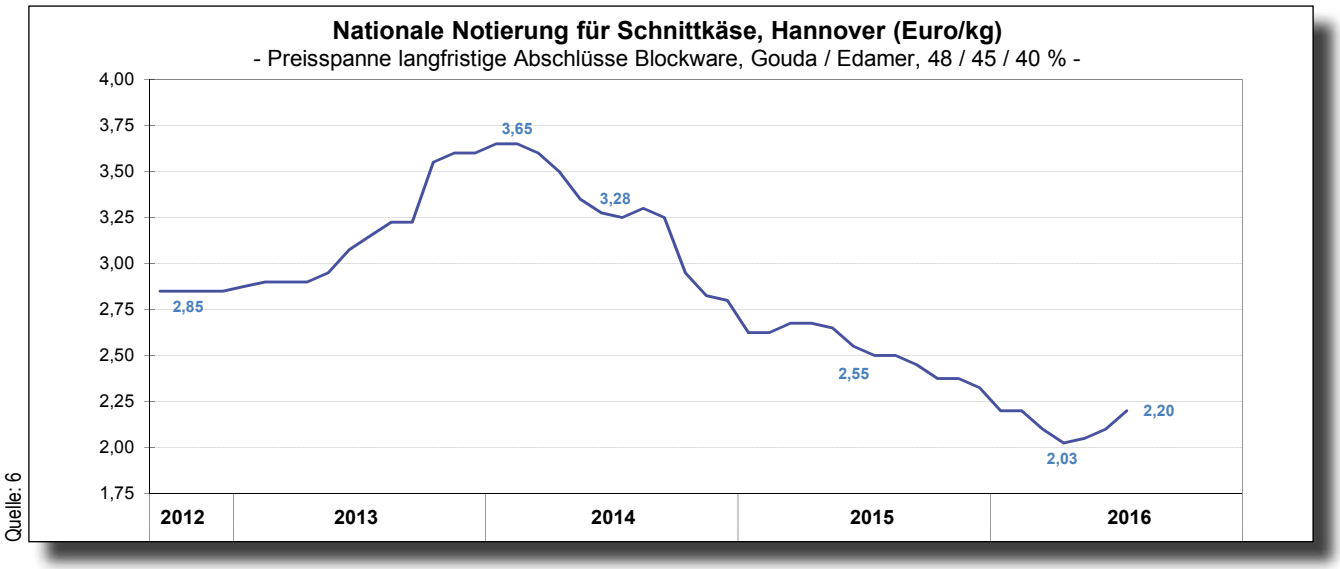


Quelle: 6

Preisspanne langfristige Abschlüsse, Blockware

Die im September 2012 eingeführte „Preisspanne langfristige Abschlüsse“ wird im monatlichen Turnus notiert. Jeweils zum 2. Mittwoch im Monat melden die Unternehmen zusätzlich neben den Tagespreisen für Käsebrot- und Käseblockware auch diesen Preis. Der notierte Preis wird nur als Spanne und einem daraus resultierenden Mittelwert festgehalten. Eine verbale Tendenz wird nicht formuliert.

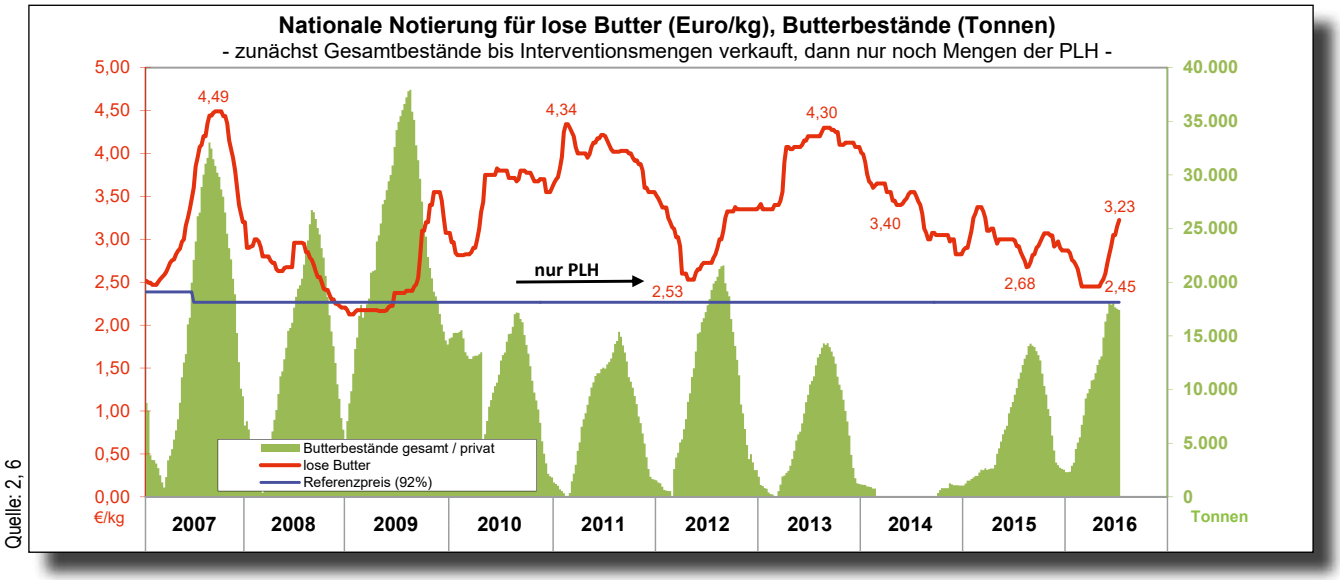
Wie im nachfolgenden Diagramm zu erkennen, folgen die Notierungen hier dem Trend der wöchentlichen Käsenotierung. Gegenüber 2012 stiegen die Preise in 2013 deutlich an und erreichten Anfang 2014 ihren Höhepunkt bei 3,65 Euro/kg. Anschließend ließen die Preise stark nach. Der Tiefpunkt wurde im April 2016 bei 2,03 Euro/kg erreicht. Danach setzte eine leichte Preiserholung ein, die dazu führte, dass bis Mitte 2016 ein Preis von 2,20 Euro/kg notiert werden konnte.



Buttermarkt

Der Trend der fallenden Preise seit Ende 2013 setzte sich nach 2014 auch in 2015 und Anfang 2016 weiter fort. Ende Mai diesen Jahres war der Tiefststand von 2,45 Euro/kg erreicht und seither nehmen die Preise wieder leicht an Fahrt auf.

Die EU-Kommission hat Ende 2014 die Private Lagerhaltung (PLH) geöffnet. Zur Zeit sind rund 17.500 Tonnen Butter für den Saisonausgleich eingelagert.



Quellenangaben für den statistischen Teil des Jahresberichtes:

1 Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
2 Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
3 Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)
4 Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI)
5 Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH (ZMB)
6 Amtliche Notierungskommissionen für Butter und Käse, Hannover
7 IFE Informations- und Forschungszentrum für Ernährungswirtschaft
8 Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V. (LVN)

7 Organisation der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V.

7.1 Die Organe (Stand August 2016)

7.1.1 Mitgliederversammlung

Ordentliches Mitglied	Stellvertreter
1. Landvolk Niedersachsen Landesbauernverband e. V., Hannover – Bezirk Hannover-Braunschweig-Lüneburg	
Jan Heusmann Vorsitzender LVN	Volker Kamps Vorsitzender Kreisbauernverband Land Hadeln e. V.
Heinz Korte Vizepräsident Landvolk Niedersachsen Landesbauernverband e. V.	Rudolf Heins Vorsitzender Kreislandvolkverband Zeven e. V.
Frank Kohlenberg Kreislandvolkverband Weserbergland e. V.	Fred Arkenberg Kreislandvolkverband Hannover e. V.
Heinz-Hermann Hemme Vorsitzender Milcharbeitsgemeinschaft Lüneburger Heide e. V.	Erhard Martens Bauernverband Nordostniedersachsen e. V.
Jürgen Hirschfeld Vorsitzender Bauernverband Braunschweiger Land e. V.	Hartmut Danne Vorsitzender Bezirkslandvolkverband Hildesheim e. V.
Johann Heumann Vorsitzender LKV für Milchwirtschaft Niedersachsen e. V.	Hans-Peter Meyn Vorstand Milchkontrollverband Elbe-Weser e. V.
– Bezirk Weser-Ems	
Herbert Heyen Stellv. Vorsitzender LVN	Peter Dirksen Kreislandvolkverband Aurich e. V.
Manfred Gerken Vorsitzender Kreislandvolkverband Ammerland e. V.	Fritz-Harald Strodthoff-Schneider Kreislandvolkverband Wesermarsch e. V.
Anton Fortwengel Vorsitzender LKV Weser-Ems e. V.	Hermann-Wilhelm Luers Stellv. Vorsitzender Milchkontrollverband Weser-Ems e. V.
Hendrik Lübben Kreislandvolkverband Wesermarsch e. V.	Jürgen Logemann Stellv. Vorsitzender Kreislandvolkverband Oldenburg e. V.
Jan Marrink Kreislandvolkverband Grafschaft Bentheim e. V.	Helmut Schwering Stellv. Vorsitzender Landw. Kreisverein Meppen e. V.
Albert Schulte to Brinke Vizepräsident Landvolk Niedersachsen Landesbauernverband e. V.	Bernhard Laukamp Schierloh Hauptverband Osnabrücker Landvolk e. V.
2. Genossenschaftsverband e. V., Hannover (GV)	
Alfons Mechlinski Geschäftsführer Milcherfassung Uelzena eG	Torsten Flade Elsdorfer Molkerei und Feinkost GmbH
Helmut Evers Aufsichtsrat Milcherfassung Uelzena eG	Wilhelm Günther Vorstandsvorsitzender Milcherfassung Uelzena eG
Manfred Tiedemann Geschäftsführer Molkerei Lamstedt eG	Frank Wieland Geschäftsführer Biolac GmbH
Heinrich Steinbeck Geschäftsführer Molkerei Grafschaft Hoya eG	Rainer Fedde Geschäftsführer Milchlieferungsgenossenschaft Fallingbostel eG
Thomas Knocks Abteilungsleiter GV e. V.	Joachim Burgemeister Milchreferent GV e. V.

Ordentliches Mitglied	Stellvertreter
3. Genossenschaftsverband Weser-Ems e. V., Oldenburg	
Johannes Freundlieb Verbandsdirektor Genossenschaftsverband Weser-Ems e. V.	
Ingo Müller Geschäftsführer DMK Deutsches Milchkontor GmbH	Reiner Lübben Vorstand Deutsches Milchkontor eG
Ralf Hinrichs Geschäftsführer Molkerei Ammerland eG	Heiko Hinrichs Stellv. Vorstandsvorsitzender Molkerei Ammerland eG
Jürgen Lichtenborg Geschäftsführer Kooperative Milchverwertung Emlichheim, Laarwald, Wielen, Wilsum eG	Albert Weersmann Geschäftsführer Kooperative Milchverwertung Emlichheim, Laarwald, Wielen, Wilsum eG
Justus Ackermann Aufsichtsratsvorsitzender Molkerei Ammerland eG	Friedo Lübkemann Aufsichtsrat Molkerei Ammerland eG
4. Milchindustrie-Verband e. V., Berlin (für die private Milchwirtschaft)	
Thorsten Niemann Geschäftsführer Molkerei Wagenfeld Karl Niemann GmbH & Co. KG	Eckhard Heuser Hauptgeschäftsführer Milchindustrie-Verband e. V.
Hans Holtorf Geschäftsführer frischli Milchwerke GmbH	Karl-Friedrich Lohmann Vorstand Milcherzeugerausschuss frischli Milchwerke GmbH
Tebbe Meyer Direktionsassistent Landwirtschaft Rücker GmbH	
Eberhard Mysegades Mitglied Milcherzeugerausschuss frischli Milchwerke GmbH	Heinrich Heimberg Vorstand Milcherzeugerausschuss frischli Milchwerke GmbH
Udo Strassemeyer Vorsitzender Milcherzeugerausschuss frischli Milchwerke GmbH	Torsten Sach Referent Milchindustrie-Verband e. V.
5. Fachverband der Milchwirtschaftler in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt e. V., Oldenburg	
Klaus Rohlfing Molkerei Ammerland eG	
Heiner Gehrke frischli Milchwerke GmbH	
Bernd von Borstel DMK Deutsches Milchkontor GmbH	
Dieter Koch-Hartke DMK Deutsches Milchkontor GmbH	

Ordentliches Mitglied	Stellvertreter
6. Deutsches Milchkontor eG, Zeven	
Thomas Stürtz Vorstandsvorsitzender Deutsches Milchkontor eG	Willem Berlin Beirat Deutsches Milchkontor eG
Alfons Kerlfeld Vorstand Deutsches Milchkontor eG	Adolf Oehlmann Aufsichtsrat Deutsches Milchkontor eG
Jörg Pape Vorstand Deutsches Milchkontor eG	Wilhelm Schaper jun. Beirat Deutsches Milchkontor eG
Frerk Osterndorff Aufsichtsrat Deutsches Milchkontor eG	Hartmut Börger Aufsichtsrat DMK Deutsches Milchkontor GmbH
7. UELZENA eG, Uelzen	
Claus-Peter Witt Vorstandsvorsitzender Uelzena eG	
8. frischli Molkereiverbund GmbH, Rehburg-Loccum	
Dr. Timo Winkelmann Geschäftsführer frischli Milchwerke GmbH	
9. Fachverband Frische e. V., Hannover	
Kay Uplegger Uplegger GmbH Location & Consult	Dirk Ruwisch Ruwisch & Zuck GmbH & Co.KG
Olaf Scherf Scherf & Lahring Distribution und Dienstleistung GmbH	Stefan Petri Petri Feinkost GmbH & Co.KG
10. AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e. V., Landesgruppe Niedersachsen, Hannover	
Phillipp Neddermeyer Geschäftsführer	
11. Bundesverband der Milchgaststätten e. V., Hannover	
Marc Petzhold Geschäftsführer	
12. Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten Landesbezirk Nord, Hannover	
Udo Eckhoff	Franz Morgret
Herbert Becker	Horst Berg
13. Industriegewerkschaft Bauen-Agrar-Umwelt Regionalbüro Niedersachsen, Hannover	
Karin Cordes	Manfred Rauert
Klaus Probst	Thomas Redenius

Ordentliches Mitglied	Stellvertreter
14. Deutscher Gewerkschaftsbund Bezirk Niedersachsen/Bremen/Sachsen-Anhalt, Hannover	
Hermann Lohbeck	Hermann Brengelmann
Hermann-Josef Schmidt	Hinrik Höper
15. Verbraucherzentrale Niedersachsen e. V., Hannover	
Petra Kristandt Geschäftsführerin	
N.N.	
16. DHB-Netzwerk Haushalt, Berufsverband der Haushaltsführenden, Landesverband Oldenburg e. V.	
Inge Thiele	
Marianne Bohmann	
17. Niedersächsischer LandFrauenverband Hannover e. V.	
Barbara Otte-Kinast	
Maria Vogel	
18. LandFrauenverband Weser-Ems e. V.	
Maren Meyer	Inge Hayen
Hermanda Harms	Mechtild Vorwerk
19. Bundesverband Deutscher Milchviehhalter e. V. (BDM), Wittenburg	
Wolfgang Johanning	
Heinrich-Jürgen Ebeling	

Die **Mitgliederversammlung** der LVN tagte am 17. November 2015 um 15.00 Uhr im „Hotel Hennies“ in Hannover.

Die Tagesordnung:

- Eröffnung und Begrüßung
- Grußworte:
  Parlamentarische Staatssekretärin Dr. Maria Flachsbarth, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
  Präsident Werner Hilse, Landvolk Niedersachsen – Landesbauernverband e. V.
- Bericht des Vorstandes und der Geschäftsführung zu den Tätigkeiten der LVN
- Bericht über die von der NWPG Treuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Oldenburg, durchgeführte Prüfung über die Jahresrechnung und die Jahresabschlüsse für das Rechnungsjahr 2014 sowie Bericht der von der Mitgliederversammlung für den Prüfzeitraum gewählten Rechnungsprüfer
- Genehmigung der Jahresrechnung und der Jahresabschlüsse 2014
- Entlastung des Vorstandes und der Geschäftsführung
- Wahl der Rechnungsprüfer und der Abschlussprüfer für das Jahr 2015
- Beratung und Beschlussfassung zur Umlageverwendung 2016
  a) Umlageverwendungsplanvorschlag
  b) Wirtschaftsplan
- Änderung der Satzung und Vereinsordnung
- Bestellung der Geschäftsführung (gem. § 10 Abs. 1 der Satzung)
- Bestellung von Ausschussmitgliedern
- Verschiedenes und Schlusswort

Beschlüsse:

Die Berichte des Vorstandes und der Geschäftsführung zu den Tätigkeiten der LVN werden zustimmend zur Kenntnis genommen.

Die Jahresrechnung und die Jahresabschlüsse der LVN für das Rechnungsjahr 2014 werden einstimmig genehmigt.

Die Mitgliederversammlung erteilt dem Vorstand und der Geschäftsführung für das Rechnungsjahr 2014 einstimmig Entlastung.

Die Wahl der Rechnungsprüfer und Abschlussprüfer erfolgt einstimmig.

Der vorgelegte Umlageverwendungsplan und der Wirtschaftsplan für das Haushaltsjahr 2016 werden genehmigt und als Vorschlag bei der Bewilligungsbehörde eingereicht.

Die Bestellung von Frau Kristine Kindler zur Hauptgeschäftsführerin und Herrn Frank Feuerriegel als Geschäftsführer erfolgt einstimmig.

Die Bestätigung der neu vorgeschlagenen Vertreter erfolgt einstimmig. Die vorgeschlagenen Änderungen der Satzung und der Vereinsordnung erfolgen einstimmig.

Mitgliederversammlung der LVN – Grußwortredner, Vorstand und Geschäftsführung

Bericht zur Gründung eines privatrechtlichen Geschäftsmodells

Die Arbeit der LVN wurde in den vergangenen Jahren durch das Prüfverfahren der EU-Kommission stark beeinflusst, so dass die Einberufung einer **außerordentlichen Mitgliederversammlung** im Frühjahr 2016 erforderlich wurde. Diese fand am 03. Mai 2016 um 10 Uhr im „Hotel Hennies“ statt.

Die Tagesordnung:

- Eröffnung und Begrüßung
- Bericht zum Prüfverfahren der EU
- Bericht zur Gründung eines privatrechtlichen Gesellschaftsmodells
- Beschlussfassung über die Änderung des Umlagehebesatzes
- Vortrag: Dr. Nils Th. Grabowski, Fachtierarzt Stiftung Tierärztliche Hochschule Hannover, „Tierschutz bei der Milchviehhaltung – emotional, gesetzlich, wissenschaftlich“
- Verschiedenes und Schlusswort

Beschluss:

Die vorübergehende Reduzierung des Umlagehebesatzes von 0,0613 auf 0,045 Ct/kg wird einstimmig beschlossen. Der Antrag wird an die Aufsichtsbehörden weitergeleitet.

7.1.2 Vorstand und Geschäftsführung

Jan Heusmann Vorsitzender	Herbert Heyen Stellvertretender Vorsitzender
Kristine Kindler Hauptgeschäftsführerin	Dr. Werner Rüther (bis 07/2015) Frank Feuerriegel (ab 10/2015) Geschäftsführer

Die Empfehlungen der einzelnen Ausschüsse wurden vom Vorstand als Vorstandsbeschluss übernommen. Die Notwendigkeit der Durchführung der Maßnahmen wurde anerkannt; sie wurden entsprechend den gestellten Anträgen gefördert.

7.1.3 Die Arbeitsausschüsse

Die Zahl in Klammern bezieht sich auf die Mitgliedsorganisationen entsprechend der Auflistung in der Mitgliederversammlung (7.1.1).

Verwaltungsausschuss

Jürgen Hirschfeld (1) (Vorsitzender)	Bernhard Schulte-Lohmöller (1) (Stellv.)
Heinz Korte (1)	Erich Hinrichs (1)
Claus-Peter Witt (2)	Thomas Knocks (2)
Dr. Reinhard Vogel-Lackenberg (2)	Johannes Freundlieb (3)
Ralf Hinrichs (3)	Hans Holtorf (4)
Eberhard Mysegades (4)	Tebbe Meyer (4)
Manfred Tiedemann (5)	Klaus Rohlfing (5)

Der **Verwaltungsausschuss** tagte unter Leitung des Ausschussvorsitzenden Jürgen Hirschfeld im Berichtszeitraum am 08.10.2015 sowie am 11.02.2016, 14.04.2016 und 23.06.2016.

Folgende Schwerpunktthemen waren auf den Tagesordnungen:

- Entwicklungen am Milchmarkt und Tendenzen der Milchmarktpolitik
- Sachstandsinformationen zum Prüfverfahren der Europäischen Kommission und der Auswirkungen der veröffentlichten Beschlüsse
- Beratung zur Gründung einer privatrechtlich finanzierten Gesellschaft zur Fortführung der von der EU-Kommission als kritisch bewerteten Maßnahmen
- Information und Beratung der Maßnahmenhaushalte Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sowie Qualität
- Haushaltsangelegenheiten
- Berichte aus den Fachausschüssen Öffentlichkeitsarbeit und Werbung und Qualität:
  - Aktuelle Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit (INFA)
  - Information zur Medienresonanz und Wirkung der Maßnahme „My KuhTube“ sowie der Erweiterung der mitwirkenden Milcherzeuger
  - Bericht zum 15. Erzeugerwettbewerb um die „Goldene Olga“ und der neuen Homepage www.milchlandpreis.de
  - Vorstellung aktueller Printmedien
  - Information zur Initiative DIALOG MILCH (vormals „Kommunikationsplattform Milch“) und den von Niedersachsen durchgeführten Maßnahmen: forsa-Studie (Einstellungen der Bürger zur Milchwirtschaft) „Bauern als Botschafter“, „Argumentarium für Landwirte“, „Journalistenworkshops“
  - Information zum neuen Rezeptportal „Landgemachtes“ unter Mitwirkung von Landfrauen aus Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen

- Vorstellung von Konzepten zur geplanten Präsentation von Werbespots in Kinos
- Sachstandsbericht zur Maßnahme „Verminderung von Aufzuchtverlusten in Niedersächsischen Milchviehbetrieben“ in Zusammenarbeit mit der Tierärztlichen Hochschule (TiHo) sowie der Tierseuchenkasse (TSK)
- Information und Beratung über die „Weideland Charta“
- Bericht zum ersten Durchlauf des Nordwestdeutschen Rohmilchmonitorings
- Sachstandsbericht zur „Verfahrensregelung für die Rohmilchüberwachung in NDS“
- Bericht zur Antragsproblematik der Maßnahme „Eutergesundes Norddeutschland“
- Vorstellung der Planung eines Moduls „Nachhaltigkeit“ im Rahmen von QM Milch
- Aussprache zur Problematik des Betriebs von Milchautomaten
- Information über die überarbeitete Futtermittelvereinbarung
- Bericht zum niedersächsischen Programm zur Senkung von Paratuberkuloseprävalenz

• Vereinsangelegenheiten:
  - Beratung der Änderung der Satzung
  - Information zur Planung der Dachsanierung des Gebäudes Ammerländer Heerstraße 121

Ferner wurden der Umlageverwendungsplan und der Wirtschaftsplan für das Jahr 2016 sowie der Prüfungsbericht zum Jahresabschluss 2015 der AWADO Deutsche Audit GmbH – Wirtschaftsprüfungsgesellschaft –, Hannover, beraten und unter Berücksichtigung der beschlossenen Änderungen genehmigt sowie der Mitgliederversammlung als Beschlussempfehlung vorgeschlagen.

Qualitätsausschuss

Ingo Müller (6) (Vorsitzender)	Dr. Timo Winkelmann (4) (Stellv.)
Justus Ackermann (1)	Hendrik Lübben (1 V)
Thomas Stürtz (1)	Frerk Osterndorff (1 V)
Eberhard Mysegades (1)	Hans-Peter Meyn (1 V)
Anton Fortwengel (1)	Hermann-Wilhelm Luers (1 V)
Joachim Burgemeister (2)	Thomas Knocks (2 V)
Armin Tjards (3)	Karl Bergmann (5)
Dieter Koch-Hartke (5)	Wilfried Nunnenkamp (6 V)
Dr. Reinhard Vogel-Lackenberg (6)	Dr. Peter Fichtl (7)
Udo Strassemeyer (8)	Karl-Friedrich Lohmann (8 V)
Stephan Ganswindt (9)	Anneke von Reeken (15)

Der **Qualitätsausschuss** tagte am 22. September 2015 in Verden unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden Ingo Müller.

Folgende Themen wurden bearbeitet:
- Information und Beratung über die Fortführung des Nordwestdeutschen Milch-Monitorings sowie die Weitergabe von aggregierten Daten an das ML/LAVES
- Vorstellung des Forschungsprojektes „Verminderung von Aufzuchtverlusten in niedersächsischen Milchviehbetrieben“
- Sachstandsinformation zur Verfahrensregelung des ML für die Rohmilchüberwachung in Niedersachsen
- Information über die anstehende Änderung der Milch-Güteverordnung
- Informationen QM-Milch: Änderungen in 2016, Nachhaltigkeitsmodul sowie Nutzung von QM-Milch bei amtlichen Kontrollen
- Bericht über die Maßnahme „Eutergesundes Norddeutschland“. Aufgrund der Beihilfeproblematik konnte das Projekt noch nicht bewilligt und umgesetzt werden.
- Information zum ParaTB-Programm: Eine Bewilligung kann erst nach der Notifizierung der Maßnahme durch die EU-Kommission erteilt werden.

Ausschuss für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Lars Schäkel (4) (Vorsitzender)	
Manfred Gerken (1) (Stellv.)	Peter Dirksen (1 V)
Heino Klintworth (1)	Helge Tienken (1 V)
Arne Plifke (2)	Joachim Burgemeister (2 V)
Harald Lesch (3)	Manuela Lammers (3 V)
Ralf Hinrichs (5)	Heiner Gehrke (5)
Hermann Cordes (6)	Martin Ehrhardt (6)
Karina Bode-Koch (7)	Uwe Radke (7 V)
Olaf Scherf (9)	Dirk Ruwisch (9)
Marc Petzhold (11)	Udo Eckhoff (12)
Hermann Lohbeck (14)	Anneke von Reeken (15)
Inge Thiele (16)	
Barbara Otte-Kinast (17)	Christiane Buck (17 V)
Inge Hayen (18)	Mechtild Vorwerk (18 V)

Unter dem Vorsitz von Lars Schäkel tagte der **Ausschuss für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung** am 24. September 2015 in Hannover-Isernhagen. Folgende Themen waren auf der Tagungsordnung:

- Information zu den Auswirkungen des EU-Prüfungsverfahrens auf die Aktivitäten der LVN. Damit einhergehend Vorstellung der Umstrukturierung des Maßnahmenhaushaltes Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- Vorstellung der Schwerpunkte der Werbeaktivitäten unter dem Leitsatz:
  „Milchkommunikation von A–Z von Ausstellung bis Zitzenversiegelung“
- Information zu den aktuellen Aktivitäten im Bereich Schulmilch
- Information über die Integration des Schwerpunktthemas „Nachhaltigkeit“ bei den Messeauftritten des Jahres 2015
- Bericht zur Ideen-Expo in Hannover, bei der u. a. mit Einsatz von My KuhTube-Videos für den Beruf des Landwirts geworben wurde
- Information zur Initiative „DIALOG MILCH“, für die drei neue Maßnahmen geplant sind: Journalistengespräche, Umfrage zur Stimmung in der Bevölkerung zur Milchwirtschaft und Argumentationshilfe für Landwirte
- Information über die aktuellen Aktivitäten zum Thema „Nachhaltigkeit“
- Information zur Erweiterung der Gruppe der an „My KuhTube“ Beteiligten sowie zur Medienresonanz
- Bericht zur milchwirtschaftlichen Ernährungsberatung, welche in 2015 schwerpunktmäßig das kritische Thema „vegane Ernährung“ aufgegriffen hat
- Vorstellung des Rezeptportals „Landgemachtes“, (Ende 2015 online)
- Bericht zur Übergabe des Milchlandpreises
- Information zur Beschaffung eines neuen Milchbarwagens
- Vorstellung und Verabschiedung des Jahresabschlusses 2014 sowie des Etatplanes 2016
  - Erläuterung der Umstrukturierung der Maßnahmengruppen auf Grund der bereits genannten Richtlinien sowie die Neubündelung einzelner Maßnahmen. Hinweis, dass auch die Personalkosten der Abteilung in bestimmtem Umfang erstmals in 2015 auf Grund der Richtlinien enthalten sind.

Jungbeirat für Milcherzeuger

Helge Tienken (Vorsitzender)	Christian Brüning (stell. Vors.)
Erik Asshorn	Heiner Lehmhus
Johannes Blanke	Hartmut Lönink
Katrin Carl	Andreas Müller
Henrik Detert	Jan-Hinrich Niemann
Jan Ekenhorst	Corinna Osterndorff
Matthias Evers	Henning Puckhaber
Nils Glandorf	Christian Pundsack
Jannik Große-Brookhuis	Mathias Röpke
Arno Hillrichs	André Wennig
Gerd Horsink	Hanno Wiegels
Tim-Philipp Junge	

Die erste Sitzung des **Jungbeirates** im Jahr 2016 führte die jungen Milcherzeuger am 01.03. zur Bünting-Gruppe in Nortmoor bei Leer. Nach einer ausführlichen Vorstellung der gesamten Bünting-Gruppe und einer Werksführung, skizzierte die LVN die weltweite Marktlage auf dem Milchmarkt. In der Sitzung am 06. Juni 2016 beschäftigte sich der Jungbeirat mit den Möglichkeiten und vor allen Dingen mit den Anforderungen, die sich aus einer Umstellung auf die Biomilchproduktion ergeben. Praktische Hinweise gab es dabei durch die Führung auf dem Biomilchbetrieb der Familie Bliefernicht in der Nähe von Sulingen. Weitere Informationen steuerte ein Berater des Biolandverbandes Niedersachsen/Bremen e. V. bei.

8 Umlageverwendung

8.1 Umlageverwendungsplan

	Übersicht über die Umlageverwendung	Ausgaben 2015 in Tsd. €	Umlageplan 2016 (Stand Juli 2016) in Tsd. €
1.	**Förderung und Erhalt der Güte**		
1.1	Güteprüfungen	57,65	69,00
1.2	Untersuchungskosten Fachberatung	33,05	30,00
2.	**Verbesserung der Hygiene**		
2.1	Seuchenhygienische Maßnahmen	0,00	0,00
3.	**Milchleistungsprüfungen**		
3.1	Milchleistungsprüfung und Förderung des Kontrollpersonals	270,96	257,74
4.	**Beratung der Betriebe und Fortbildung des Berufsnachwuchses**		
4.1	Milchwirtschaftliches Bildungszentrum Oldenburg	364,47	238,53
4.2	Berufsständische Nachwuchsförderung Niedersachsen	5,35	7,00
4.3	Nachwuchsförderung Hochschule Hannover	7,34	10,00
4.4	Sonstige milchwirtschaftliche Beratung und Nachwuchsförderung	30,50	27,50
5.	**Werbung zur Erhöhung des Verbrauchs**		
5.1	Landeswerbung	0,51	2,00
6.	**Durchführung von Aufgaben nach MFG durch beauftragte Stellen**		
6.1	Beiträge an den Verband der Deutschen Milchwirtschaft e. V.	0,00	0,00
6.2	Institutionelle Förderung der Landesvereinigung*		
	Organisation	1.125,00	1.229,73
	Öffentlichkeitsarbeit und Werbung*	1.351,79	1.409,20
	Qualität*	8,06	489,90
	Summe Ausgaben	**3.254,68**	**3.770,60**

* siehe Erläuterung unter 8.2.2

8.2 Institutionelle Förderung

8.2.1 Organigramm (Stand August 2016)

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V.

Mitgliederversammlung

Vorstand
Jan Heusmann, Herbert Heyen

Verwaltungsausschuss
Vorsitz: Jürgen Hirschfeld

Ausschuss f. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
Vorsitz: Lars Schäkel

Jungbeirat f. Milcherzeuger
Vorsitz: Helge Tienken

Qualitätssausschuss
Vorsitz: Ingo Müller

Hauptgeschäftsführung
Kristine Kindler

Geschäftsführung
Frank Feuerriegel

Verwaltung
Silke Heise

- Rechtsangelegenheiten – Silke Heise
- Haushalt, Interne Organisation – Silke Heise, Undine Pages
- Personal – Silke Heise, Ute Hesse
- Buchhaltung und Finanzwesen – Ute Hesse
- IT-Management – Michael Gebhardt
- Fakturierung – Hannelore Thölken
- Sekretariat – Ingrid Wagner, Marion Dreier, Martina Hollje

Absatzförderung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
Christine Licher

- Organisation und Etatverwaltung, Planung und Konzeption – Christine Licher, Jessika Kraack
- Messen und Ausstellungen, Image- und aktionsfördernde Maßnahmen – Dorothea Möhring, Jessika Kraack, Danny Lohan, Sylvia Hernicke-Reinhard, Bernhard Grube, Christina Nordemann
- Ernährungsberatung – Sylvia Hernicke-Reinhard, Christina Nordemann
- Schulen, Handel – Dorothea Möhring, Ingrid Wagner
- Presse und PR – Christine Licher
- Lager, Werbemittelausgabe/-versand – Dennis Krafczyk, Bernhard Grube

Qualitätsförderung und Marktinformation
Harry Fritsch

- Allg. Qualitäts- und Umweltberatung – Harry Fritsch
- QM-Milch – Harry Fritsch, Michael Gebhardt
- Milchrecht und Kennzeichnungsfragen – Harry Fritsch
- Technologische Fachberatung, Schulung – Berthold Freymuth
- Seuchen-Vorsorge, Krisenplan – Harry Fritsch
- Milchmarktinformation – Michael Gebhardt
- Notierungen – Hannelore Thölken, Michael Gebhardt

8.2.2 Maßnahmenhaushalt (Stand Juli 2016)

Die Institutionelle Förderung der LVN setzt sich aus zwei Einzelhaushalten zusammen, dem Organisationshaushalt und dem Maßnahmenhaushalt, wobei sich letzterer in die Teile A) Öffentlichkeitsarbeit und Werbung und B) Qualitätsmaßnahmen gliedert.

A) Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Für die Durchführung von Werbemaßnahmen durch die LVN wurden für 2015 Umlagemittel in Höhe von ca. 1.351.790 Euro in Anspruch genommen.

Für das Jahr 2016 sind 1.409.200 Euro vorgesehen. Auf Grund von geänderten rechtlichen Rahmenbedingungen durch die Anwendung der unter *1 beschriebenen Richtlinie erfolgte im Jahr 2015 eine Umstellung des Maßnahmenhaushaltes Werbung. Dabei wurden teilweise sowohl die Maßnahmengruppen selber umbenannt, als auch die Zuordnung einzelner Maßnahmen geändert. Gleichzeitig sind Kosten, welche in der Vergangenheit im Organisationshaushalt enthalten waren, nun im Maßnahmenhaushalt angesiedelt, wie z.B. Personalkosten. Des Weiteren wurden investive Ausgaben von den Kosten der Maßnahmen getrennt und separat in einer Position 5. ausgewiesen.

Unter Punkt 4.2 dieses Jahresberichtes werden die 2015/2016 durchgeführten Maßnahmen dieses Bereiches mit finanzieller Beteiligung der Umlage inhaltlich ausführlich beschrieben.
Die Ausgabenstruktur der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung ist im Folgenden für das Jahr 2016 tabellarisch dargestellt. Die Maßnahmen sind in Gruppen (1. bis 3.) erfasst; die Personalkosten und Beschaffungskosten unter den Positionen 4. und 5. Die ausgewiesenen Gesamtkosten werden in den Anteil, der aus der Umlage bereitgestellt wird, sowie den in den von Dritten (z. B. Wirtschaft, Verbraucher) gezahlten Eigenanteil unterteilt. Die noch darüber hinausgehenden unmittelbaren finanziellen Leistungen der Wirtschaft, die zum Teil erheblich sind und den ausgewiesenen Eigenanteil weit übersteigen (z. B. im Ausstellungsbereich), sind nicht beziffert, da sie einerseits nicht über die Konten der LVN erfasst werden und andererseits nur unvollständig bekannt sind.

	Werbemaßnahmen	Gesamtkosten	Anteil Umlage	Anteil Dritter
1.	Schulmilch	122.000	122.000	0
2.*1	Veranstaltung von und Teilnahme an Wettbewerben, Messen und Ausstellungen	232.000	209.000	23.000
3.*1	Erstellung von Veröffentlichungen und Durchführung von Werbemaßnahmen zur Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für landwirtschaftliche Erzeugnisse	681.000	585.000	96.000
4.*1	Personalkosten für die nach Ziffer 2. und 3. durchgeführten Maßnahmen	472.000	472.000	0
5.*1	Ersatz und Ergänzung von Materialien im werblichen Bereich	21.000	21.200	0
	Gesamtausgaben	**1.528.200**	**1.409.200**	**119.000**

*1 Gemäß der niedersächsischen „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung nicht investiver Maßnahmen im Bereich des Absatzes für landwirtschaftliche Erzeugnisse im Milchsektor“ auf **Grundlage des Art. 24** der VO (EU) Nr. 702/2014 der Kommission vom 25. Juni 2014 zur Feststellung der Vereinbarkeit bestimmter Arten von Beihilfen im Agrar- und Forstsektor und in ländlichen Gebieten mit dem Binnenmarkt in Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Kommission (Freistellungsverordnung).

B) Qualitätsmaßnahmen

Die von der LVN in Anspruch genommenen Umlagemittel für Qualitätsmaßnahmen betrugen im Jahr 2015 insgesamt ca. 8.060 Euro. Beantragt wurden insgesamt Mittel in Höhe von 309.400 Euro, von denen auf Grund verschiedener rechtlicher Vorbehalte (EU-Verfahren) ein Großteil der Mittel nicht genehmigt wurde.
Für das Jahr 2016 sind insgesamt 489.900 Euro eingeplant. Das unter Punkt 1.2 aufgeführte Schadstoffmonitoring wurde nach dem Positivbeschluss der EU-Kommission vom 04.04.2016 für das aktuelle Jahr wieder genehmigt, womit die in diesem Bereich bestehenden Vorbehalte ausgeräumt wurden. Unter Punkt 4.1 des Jahresberichtes werden die 2015/2016 durchgeführten Maßnahmen des Qualitätsbereiches mit finanzieller Beteiligung der Umlage inhaltlich ausführlich beschrieben. Die folgende Aufstellung gibt einen Überblick über die geplanten Ausgaben der einzelnen Maßnahmen im Jahr 2016 und ihre Finanzierung.

	Qualitätsmaßnahmen	Gesamtkosten	Anteil Umlage	Anteil Dritter
1	Rohmilchqualität			
1.1*[2]	Koordination	24.000	24.000	0
1.2*[2]	Schadstoffmonitoring	408.000	408.000	0
2	F & E-Vorhaben			
2.1*[2]	Para TB-Programm	25.000	25.000	0
2.2*[2]	Verminderung von Aufzuchtverlusten	64.800	32.400	32.400
3	Personalkosten für die nach Ziffer 1. und 2. durchgeführten Maßnahmen	1.000	500	500
	Gesamtausgaben	**522.800**	**489.900**	**32.900**

*[2] Gemäß der niedersächsischen „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung nicht investiver Maßnahmen für Forschungs- und Entwicklungsvorhaben im Milchsektor“ auf **Grundlage des Art. 31** der VO (EU) Nr. 702/2014 der Kommission vom 25. Juni 2014 zur Feststellung der Vereinbarkeit bestimmter Arten von Beihilfen im Agrar- und Forstsektor und in ländlichen Gebieten mit dem Binnenmarkt in Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Kommission (Freistellungsverordnung).

9 Dank und Ausblick

Vielen Dank

„Auch Sie haben unsere Arbeit im letzten Jahr unterstützt, haben uns konstruktiv beraten, uns motiviert, neue Wege zu gehen oder uns einfach Ihr Vertrauen geschenkt."

Nur in enger Zusammenarbeit mit den Aufsichtsbehörden und dank des Vertrauens seitens der Mitglieder in den Ausschüssen kann die LVN ihre Dienstleistung und ihre Angebote stets weiter entwickeln. Viele Ehrenamtliche begleiten unsere Aktionen und Veranstaltungen, kommen mit Verbrauchern und Medien ins Gespräch und sind wertvolle Botschafter für eine moderne, verantwortungsvolle Milchwirtschaft in Niedersachsen. Für diese Unterstützung und das Engagement bedanken wir uns an dieser Stelle sehr herzlich.

Neue Wege mit spannenden Maßnahmen

In unseren vielfältigen Projekten setzen wir gezielt und verstärkt auf den Dialog mit unseren Zielgruppen. Das Interesse an der Land- und Milchwirtschaft ist da, es wächst sogar. Das nutzen wir, indem wir transparent, offen und ehrlich kommunizieren und auf Verständnis und Miteinander setzen. Wir informieren über Produkte und Produktion, über Ernährung und Rezepte, setzen aber immer wieder auf den Genuss und schaffen durch die Einbindung der Milcherzeuger persönliche und emotionale Begegnungen – mit dem Ziel, Verständnis in allen Gesellschaftsschichten für die moderne Milchwirtschaft in Niedersachsen zu gewinnen.

Die LVN-Kommunikation wird dabei auch in Zukunft alle Register ziehen und alle Kanäle bedienen, z. B. im Rahmen der 2015 gestarteten Initiative DIALOG MILCH in Kooperation mit der LV Milch NRW und eventuellen neuen Partnern.

Wir dürfen also gespannt sein auf ein neues Jahr mit neuen Aktivitäten und neuen milchwirtschaftlichen Herausforderungen!

Ihr Milchteam der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V.

Bildquellen: LVN, fotolia, Dittmer, DMK, Landpixel, Simon Knösel

Zahlen und Daten der niedersächsischen Milchwirtschaft auf einen Blick

	Einheit	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Anteil Nds/D [%]		
Erzeugerbereich*											
Milcherzeugende Betriebe		20.146	11.808	11.167	10.343	10.044	9.717	9.309	14,4	→	+ 0,0
Milchkühe, Novemberzählung		758.419	727.548	741.981	753.436	785.689	792.087	810.864	20,2	↗	+ 0,5
Milchanlieferung	Mio t	5,08	4,99	5,37	5,68	5,95	6,07	6,17	19,3	↘	- 0,1
Fettgehalt	%	4,27	4,19	4,15	4,15	4,13	4,06	4,09			
Eiweißgehalt	%	3,37	3,41	3,38	3,39	3,38	3,38	3,39			
Preis ab Hof, 4,0/3,4	Ct/kg	30,21	30,64	34,60	31,54	37,12	36,61	37,82			
Molkereien	Unternehmen	49	35	29	29	26	23	23			
	Betriebsstätten	58	39	33	33	30	29	29			
Erzeugung und Verbrauch											
Konsummilch											
Erzeugung und Verbrauch	t	654.720	309.454	330.147	334.519	387.647	402.838	393.523	7,9	↘	- 0,1
Pro-Kopf-Verbrauch[1]	kg	53,2	52,3	53,5	52,0	52,7	53,2				
Milchfrischprodukte											
Erzeugung	t	199.045	229.037	245.377	220.796	223.048	229.645	230.232	9,9	↗	+ 2,61
Pro-Kopf-Verbrauch[1]	kg	27,9	29,8	30,9	29,9	29,7	29,9				
Sahne- und Sahneerzeugnisse											
Erzeugung	t	126.192	138.883	136.930	149.475	157.122	166.808	182.663	32,3	↗	+ 2,9
Pro-Kopf-Verbrauch[1]	kg	6,3	5,7	5,8	5,6	5,5	5,8				
Butter											
Erzeugung	t	104.606	108.429	110.769	106.127	113.766	115.844	127.072	24,6	↗	+ 1,7
Pro-Kopf-Verbrauch[1]	kg	6,1	5,6	6,0	6,0	6,0	5,7				
Käseerzeugung	t	309.680	547.043	558.238	585.416	594.949	574.328	587.411	23,5	↗	+ 0,3
– Hart-, Schnitt- und Weichkäse	t	128.028	269.918	278.160	305.047	298.563	299.000	310.785	28,0	↗	+ 0,7
– Speisequark, Frischkäse	t	158.013	264.111	271.104	273.828	289.414	268.219	265.281	31,4	↘	- 0,2
– Sonstige Käsesorten	t	23.639	13.015	8.973	6.542	6.972	7.109	11.345	2,1	↗	+ 0,75
Pro-Kopf-Verbrauch[1]	kg	19,5	21,3	22,1	22,3	22,2	22,7				
Magermilchpulver											
Erzeugung	t	101.929	96.233	111.204	112.394	120.241	125.154	138.643	33,9	↘	-1,1

Quellen: Landesbetrieb für Statistik Niedersachsen (LSN)
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Landesvereingung der Milchwirtschaft Niedersachsen e. V. (LVN)

* geänderte Datengrundlage seit 2008, nach LSN und eigenen Berechnungen

[1]

→↘↗ Veränderung des niedersächsischen Anteils an Deutschland gegenüber dem Vorjahr

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V.

Hannover
Seelhorststraße 4
30175 Hannover
Telefon: 0511 – 856 53 - 0
Telefax: 0511 – 856 53 98
landesvereinigung@milchwirtschaft.de

Oldenburg
Gertrudenstraße 24
26121 Oldenburg
Telefon: 0441 - 973 82 - 0
Telefax: 0441 – 973 82 29
lv.ol@milchwirtschaft.de

www.milchwirtschaft.de