

BNN

nachrichten

1/2024



Bundesverband
Naturkost Naturwaren e. V.



„Bio im Gegenwind“

Die nachhaltige Transformation steht in Europa auf der Kippe – Was macht die Branche? Kommentar von Leo Frühschütz

Zeit für Veränderung – Die Zukunft ist jung, bunt und bio

BNN.Next und die Zukunft von Bio

„Bankrotterklärung an die hehren Ziele von Farm-to-Fork“

Interview mit Martin Häusling

Gemeinsam stark

Ein Porträt der Schrozberger Milchbauern



Die Molkereigenossenschaft Hohenlohe-Franken eG gibt es sozusagen zwei Mal: als Schrozberger Molkerei, die nächstes Jahr 125 Jahre alt wird, und als demeter Schrozberger Milchbauern, die dieses Jahr 50 werden. Von den rund 280 Mitgliedern sind 110 Demeter-Betriebe. Nach Firmenangaben werden rund 50 Prozent der in Deutschland erzeugten Demeter-Milch in Schrozberg verarbeitet.



Friedemann Vogt, Geschäftsführer der Molkereigenossenschaft Hohenlohe-Franken eG

Kurz nach unserem Gespräch bricht Friedemann Vogt zu einer zweitägigen Geschäftsreise nach Berlin auf. Der Geschäftsführer der Molkereigenossenschaft Hohenlohe-Franken eG ist in wichtiger Mission unterwegs. In der Kantine des Bundestags findet ein Austausch zum Thema gesunde Ernährung, Bio-Lebensmittel und Gemeinschaftsverpflegung statt. Eingeladen haben die Grünen, dabei sind aber auch Politiker*innen anderer Parteien. Die Teilnehmenden wollen gemeinsam erörtern, wie in den Kantinen von Unternehmen, Institutionen, Krankenhäusern und Schulen der Anteil von Bio-Produkten steigen kann. „Damit die Bundesregierung ihr Ziel – 30 Prozent ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft bis 2030 – halten kann, ist Gemeinschaftsverpflegung ein wichtiger Hebel“, ist Vogt überzeugt.

Bis zu den 30 Prozent ist es noch ein weiter Weg. Laut aktuellen Zahlen des Bundes Ökologische Lebensmittelwirtschaft wurden 2023 knapp zwölf Prozent aller landwirtschaftlichen Flächen in Deutschland ökologisch bewirtschaftet. Der Anteil der Bio-Lebensmittel am Lebensmittelumsatz in Deutschland lag zuletzt bei 6,3 Prozent. „Da ist leider noch viel Luft nach oben“, konstatiert Vogt.

Als Unternehmer und BNN-Vorstandsmitglied hofft er sehr, dass die Entwicklung an Dynamik zulegt. Doch neben dem kritischen Blick nach vorn erlaubt er sich auch einen ausgiebigen und freudigen Blick zurück. Denn sein Unternehmen kann ein Doppeljubiläum feiern: 50 Jahre demeter Schrozberger Milchbauern in diesem und 125 Jahre Genossenschaft im kommenden Jahr.

Im Jahr 1900 schlossen sich Bauern im Hohenlohischen zusammen, um ihre Milch gemeinsam zu vermarkten und dadurch bessere Konditionen zu erzielen. Im Laufe der Jahre und Jahrzehnte stießen immer mehr Betriebe dazu.

Im Jahr 1974 betrat die Genossenschaft dann Neuland. Eine sozialtherapeutische Einrichtung in Kirchberg an der Jagst hatte neben einer Werkstatt für Menschen mit Behinderung und einer Gärtnerei auch einen landwirtschaftlichen Betrieb aufgebaut und produzierte dort nach Demeter-Grundsätzen. Die Suche nach einer Molkerei gestaltete sich allerdings zunächst schwierig. „Die ersten Demeter-Betriebe hatten damals gegen erhebliche Widerstände zu kämpfen“, erinnert Vogt, „lange wurden sie nicht ernst genommen.“



In der Molkereigenossenschaft werden jährlich rund 37 Millionen Kilogramm demeter Milch zu Produkten der Schrozberger Milchbauern verarbeitet.

demeter

SCHROZBERGER Milchbauern

Eine Chance für die Bio-Produktion

Doch bei Schrozberger hatten sie Glück. „Mein Vorgänger gab ihnen eine Chance.“ Er konnte die bestehenden Mitglieder davon überzeugen, eine eigene Bio-Produktionslinie aufzubauen. „Diese Investition war nur möglich“, erzählt Vogt, „weil die konventionell wirtschaftenden Mitglieder auf einen Teil ihres Gewinns verzichteten.“ Das war die Geburtsstunde der Schrozberger Milchbauern – nach eigenen Angaben eine der ältesten Demeter-Molkereien in Deutschland.

Seitdem verarbeitet Schrozberger unter einem Dach, streng getrennt, Milch von rund 170 Mitgliedsbetrieben mit konventioneller Erzeugung sowie von etwa 110 Demeter-Betrieben. Streng getrennt sind auch das Rechnungswesen und auch der Markenauftritt. Aber es gibt ein starkes verbindendes Element. „Wir sind eine Genossenschaft“, betont Vogt. Vorstand und Aufsichtsrat sind anteilig besetzt, beide Richtungen sind entsprechend der verarbeiteten Milchmenge vertreten. „Wir arbeiten zusammen, wir sind eine Gemeinschaft auf Augenhöhe.“



Molkereigenossenschaft Hohenlohe-Franken eG

Sitz des Unternehmens: Schrozberg (Hohenlohe-Franken)

Gründung: 1900

Beschäftigte: zirka 100

Rechtsform: eingetragene Genossenschaft

Mitglieder: zirka 280

Jahresumsatz: 75 Millionen Euro

Verarbeitete Milchmenge: 85 Millionen Kilogramm pro Jahr

Geschäftsbereiche:

Schrozberger Molkerei (konventionell), demeter Schrozberger Milchbauern

demeter Schrozberger Milchbauern

Gründung: 1974

Mitglieder: zirka 110

Verarbeitete Milchmenge: zirka 37 Millionen Kilogramm pro Jahr

Vertrieb: bundesweit; Schwerpunkte: Bayern, Baden-Württemberg, Rhein-Main

Abnehmende: Naturkostfachhandel; EDEKA Südwest und EDEKA Nordbayern; Tegut

Die Milch der 110 Demeter-Betriebe kommt aus einem Umkreis von rund 100 Kilometern. 37 Millionen Kilogramm waren es vergangenes Jahr. Verarbeitet werden sie bei Schrozberger nach Demeter-Prinzipien zu allen gängigen Molkerei-Produkten außer Milchpulver und Käse. Wichtigste Produkte sind Trinkmilch, Schlagsahne und Joghurtspezialitäten. Jüngstes Produkt der Schrozberger Milchbauern: das

Trendprodukt Skyr, bei dem die Umsatzzahlen eifrig nach oben klettern.

Während die Molkerei die Milch aus der Region bezieht, vertreibt sie ihre Produkte bundesweit. Vertriebspartner für die Demeter-Produkte sind alle Bio-Großhandelsunternehmen in Deutschland. Zu finden sind sie bundesweit im Naturkostfachhandel, wobei der Schwerpunkt

auf Bayern, Baden-Württemberg und dem Rhein-Main-Gebiet liegt. Doch auch in Bioläden in Berlin und in anderen Teilen der Republik kann man Erzeugnisse der Schrozberger Milchbauern kaufen.

Wichtiges Prinzip: Fachhandelsorientiert

Aber nicht bei Discountern. „Das gehört zu unseren Prinzipien“, erklärt Vogt, „wir sind traditionell fachhandelsorientiert und wollen das auch bleiben.“ Der Naturkostfachhandel benötige auch Produkte und Marken, die man nur dort finde, das sei ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal. Eine kleine Ausnahme machen die Schrozberger Milchbauern lediglich in Süddeutschland – hier gibt es die Demeter-Produkte auch im ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel.



Geschäftsführer Friedemann Vogt und Betriebsleiter Gunter Stirnkorb



Aus der Vogelperspektive: Betriebsgelände der Molkereigenossenschaft in Schrozberg im fränkischen Teil Baden-Württembergs

Nicht nur mit seiner Demeter-Linie, sondern auch als Molkerei insgesamt legt man bei Schrozberger großen Wert auf Nachhaltigkeit und eine Reduzierung des CO₂-Ausstoßes. Erst im März nahm das Unternehmen eine neue Photovoltaik-Anlage in Betrieb, die ein Megawatt Strom erzeugt und damit 30 Prozent des Energiebedarfs abdeckt. „Außerdem haben wir unsere Milchfahrzeuge so umgerüstet, dass die Milchpumpe nicht mehr über den Dieselmotor betrieben wird, sondern über separate Elektromotoren“, berichtet Vogt. Weitere Bausteine der Nachhaltigkeitsstrategie sind ein neues Konzept zur Wärmeerzeugung und eine neue Waschmaschine für die Glas-Pfandflaschen, die 70 Prozent weniger Wasser und 30 Prozent weniger Wärme benötigt als die Vorgängeranlage.

Verlässliche, nachhaltige Partnerschaft

Im Demeter-Segment setzt Schrozberger zudem auf die „Sturheits-Ampel“. Das ist ein mehrseitiger Fragebogen, der vom Platz im Stall und der Sauberkeit über die Fütterung bis zum Umgang mit Bäumen und Pflanzen sowie zum sozialen Engagement der 110 Demeter-Mitgliedsbetriebe reicht. Besprochen wird der

Fragebogen jedes Jahr bei den sogenannten „Hofgesprächen“. Die Genossenschaft wertet die Fragebögen aus. „Rot“ gab es bisher noch nie. „Kommt bei einem oder mehreren Segmenten ‚gelb‘ heraus, dann suchen wir das Gespräch mit dem betreffenden Betrieb und bieten unsere Unterstützung an“, erklärt Vogt. Ziel sind eine enge Zusammenarbeit und eine verlässliche, nachhaltige Partnerschaft.

Diese Kriterien stehen für die Molkerei auch ganz oben, wenn es um Preise geht. „Wir wissen, was Betriebe benötigen, um als Familienbetrieb existieren, nachhaltig und enkeltauglich wirtschaften zu können“, sagt Vogt. Während die Marktpreise in den vergangenen Jahren beträchtlich schwankten, setzte Schrozberger alles daran, ihn so stabil wie möglich bei etwa 60 Cent pro Liter zu halten. „Diesen Preis brauchen die Betriebe“, stellt Vogt klar. Gleichzeitig beteiligte sich die Molkerei nicht an den jüngsten Preiserhöhungen gegenüber dem Fachhandel. „Wir haben verzichtet, damit der Naturkostfachhandel konkurrenzfähig bleiben kann“, betont Vogt. „Auch das ist für uns Nachhaltigkeit.“

Lothar Schmitz

„Aus Leidenschaft stur!“ lautet das Motto der Milchbäuerinnen und -Bauern von 105 Demeter-Höfen. Als Schrozberger Milchbauern haben sie sich in einer unabhängigen Genossenschaft organisiert.

