

GÜTESIEGEL BEI TRINKMILCH

Bio, Heumilch und jetzt QM:
Scheinbar wird jede Woche
eine neue Kuh durchs Dorf
getrieben. Dabei achten nicht
viele Verbraucher auf Labels.

Kirsten Gierse-Westermeier und Markus Wörmann



ES BRAUCHT STANDARDS

Aber wie viele brauchen wir?

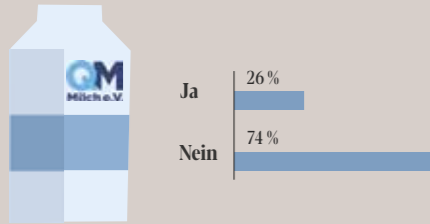
Mit dem QMilch-Programm (QM+ und QM++) werden zusätzlich zum QM-Standard, nach dem bereits über 90 Prozent der deutschen Milcherzeuger zertifiziert sind, weitere Qualitäts- und Sicherheitsstandards im Bereich des Tierwohls festgelegt. Dabei entspricht QM+ der Haltungsstufe 2 des Lebensmitteleinzelhandels. Wer seinen Kühen Außenklima und ständige Bewegung ermöglicht, kann das Label QM++ erhalten, was der Haltungsstufe 3 entspricht. Zusätzlich garantiert es gentechnikfreie Fütterung und empfiehlt ein betriebliches Gesundheitsmanagement, heißt es beim Verein QM-Milch, dem Erzeugerverbände, Milchindustrie und der Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels angehören.

MASSENWARE MILCH

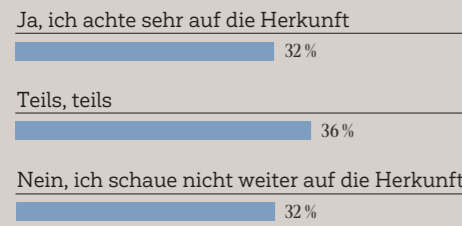
Über 1.000 Konsumenten haben wir gefragt, welche Qualitätsmerkmale bei Molkereiprodukten eine Rolle spielen.



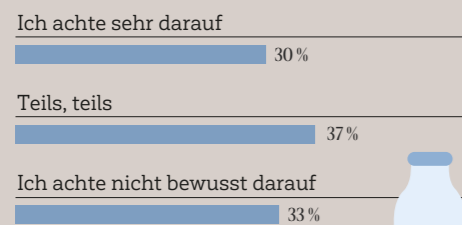
Kennst du das QM-Logo auf Milchverpackungen, wenn auch nur vom Sehen?



Schaust du beim Milchkauf darauf, woher die Milch kommt (Land, Region etc.)?



Inwieweit achtest du beim Kauf von Milch auf Auszeichnungen/Labels zum Tierwohl?



Quelle: Bonial International GmbH, Verbraucherumfrage auf den Plattformen kaufDA und MeinProspekt, 1.011 Teilnehmer, 14.-17. Mai 2023



W

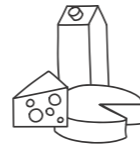
eide-, Tierwohl- und Biomilch sind Begriffe, mit denen die meisten Konsumenten vermutlich etwas anfangen können. Neuerdings steht auch QM+ und QM++ zertifizierte Milch im Kühlregal. Dass das eher für Verwirrung sorgt, als dass es Orientierung beim Milchkauf gibt, zeigt eine von top agrar und Lebensmittel Praxis in Auftrag gegebene Studie: Bonial befragte im Mai 2023 rund 1.000 Konsumenten über ihr Einkaufsverhalten von Trinkmilch. Heraus kam, dass rund die Hälfte der Teilnehmenden zumindest selten Milch kauft. Davon gaben mehr als zwei Drittel an, das QM-Milch-Logo auf Milchpackungen nicht zu kennen (siehe Übersicht links).

QM-Milch-Geschäftsführer Ludwig Börger sieht das anders: „Zum Zeitpunkt der Umfrage befanden sich die ersten Produkte mit dem QM+-Label bei wenigen Aldi-Märkten in Nordwestdeutschland im Kühlregal. Deshalb ist es eine positive Überraschung, dass zu diesem Zeitpunkt bereits 26 Prozent der befragten Konsumenten das QMilch-Label, also QM+ und QM++, kannten.“ Mittlerweile sei das Logo auf einer stetig wachsenden Zahl an Milchprodukten bei allen größeren Unternehmen des Lebensmittel-einzelhandels (LEH) zu finden – immer in enger Kombination mit der seit Jahren etablierten und beim Verbraucher bekannten Haltungsformkennzeichnung, so Börger. Er geht davon aus, dass die Bekanntheit allein aus diesem Grund rasch steigen dürfte.

Dies bestätigt Claudia Czygan für Aldi Nord. Erste Lieferanten belieferten demnach den Discounter seit April 2023 in einigen Regionen mit QM+. „Bis 2030 hat sich Aldi mit dem Haltungswechsel Milch auf die höheren Haltungsformen 3 und 4 festgelegt. Der Standard QM++,



QM-Milch-Geschäftsführer Ludwig Börger sieht einen positiven Aufwärtstrend für das Milch-Label QM bei den Verbrauchern.



MILRAM
100% PFLANZLICH

EINFACH
ÜBERRIEBEN
LECKER!

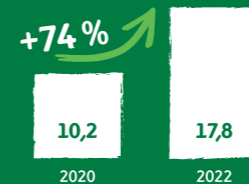
NEU
ab August
2023



Ohne künstliche Geschmacks-, Farb- und Konservierungsstoffe

STARKES WACHSTUM

Veganer Reibekäse Ersatz (Umsatz in Mio. €)



MASSIVE UNTERSTÜTZUNG

- PR ✓
- Digital ✓
- Social Media, Influencer Marketing ✓
- POS ✓

Gratis testen

*Gültig sowohl für den veganen als auch für den milchbasierten Reibekäse von MILRAM. Quelle: 1) Nielsen IQ, Milchalternativen, LEH+DM inkl. Hard Discount

Fotos: Peter Ellers, Adobe Stock; QM-Milch e. V., Bonial, ProVieh, Jonas Comklin



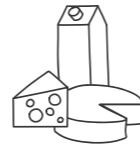
Florian Reinartz, Chief Commercial Officer von Bonial, hält Tierwohl-Labels für ein wichtiges Kaufkriterium.



Anne Hamester von Provieh glaubt nicht, dass noch mehr Labels auch mehr Tierwohl in die Ställe bringen.



Für Moritz Collmar von Schwarzwaldmilch ist es das Wichtigste, die eigene Marke positiv zu belegen.



bei dessen Ausarbeitung Aldi aktiv mitgewirkt hat, lässt sich schon jetzt bei verschiedenen Artikeln unserer Eigenmarke Milsani finden“, erklärt Czygan gemeinschaftlich für Aldi Nord und Süd. Konkurrent Lidl muss auf Nachfrage einräumen, noch keine QM-Milchprodukte im Sortiment zu haben; dies sei aber in Planung.

Aktuell sind bei Rewe und Penny jeweils vier Milchartikel von Eigenmarken mit dem Label QM++ gelistet. Auf Nachfrage weist Sprecher Thomas Bonrath darauf hin, dass diese noch nicht lange genug im Markt seien, um eine Kundenakzeptanz seriös ableiten zu können. Die Rewe Group strebt an, die Trinkmilch bei den Eigenmarken der Rewe und Penny „bis Juli 2024 möglichst vollständig auf die Haltungsformstufe 3 umzustellen“.

Wie die Umfrage-Ergebnisse von Bonial zeigen, achten 33 Prozent der befragten Milchkäufer bei ihrem Einkauf allerdings gar nicht auf Auszeichnungen oder Labels zum Tierwohl; weitere 37 Prozent „teils, teils“. Für nur 30 Prozent sind Labels demnach kaufentscheidend. Fatal hierbei: Bei den Befragten unter 30 Jahren sind diese Werte noch deutlich schlechter. Dennoch sieht Florian Reinartz, Chief Commercial Officer von Bonial, keinen Grund für Schwarzmalerei: „Die Ergebnisse unserer Verbrauchermfrage verdeutlichen, dass beim Milchkauf sowohl die Herkunft als auch Tierwohl-Labels eine bedeutende Rolle spielen. Dennoch stehen Qualität, Geschmack und Preis als die wichtigsten Kriterien im Vordergrund. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, den Kundenanforderungen nicht nur durch Qualität gerecht zu werden, sondern auch durch attraktive Preise.“

Verloren im Label-Dschungel

„Im Einzelnen zu verstehen, was sich hinter jedem Label verbirgt, ist für Konsumenten praktisch unmöglich“, räumte Peter Stahl, Vorsitzender des Milchindustrie-Verbands (MIV), bereits beim Berliner Milchforum im Jahr 2022 ein. Das sieht auch Karsten Schmal, Milch- und Vizepräsident vom Deutschen Bauernverband (DBV), so: „Die Haltungsformkennzeichnung ist deshalb ein geeigneter Rahmen, mit dem der mittlerweile geübte Verbraucher bestehende Labels schnell einordnen kann“, so seine Meinung.

Anne Hamester, Referentin der Nutztierschutzorganisation Provieh, sah das beim Berliner Milchforum kritisch: „Die zahlreichen Labels verändern die Haltung tatsächlich nur wenig.“ Der damalige QM-Milch-Sprecher Jan Heusmann, selbst Milcherzeuger in Niedersachsen, konterte, dass Tierwohl schon lange ein Kernthema bei QM-Milch sei und sich in den einzelnen Haltungsformstufen wiederfände. Anne Hamester hält auf Nachfrage an ihrer Kritik fest: „Großzügige Kuhställe finden sich in der gleichen Haltungsform-Stufe 2 wieder wie eine Anbindehaltung in Kombination mit Bewegung – wo die Tiere ‚nur noch‘ 245 Tage im Jahr angebunden sind.“ Sie fordert die Branche auf, sich von der Anbindehaltung zu trennen, um Tierwohl ernsthaft umzusetzen und die gut ausgestatteten Haltungsbedingungen nicht unter Wert zu vermarkten.

LP ist Ihr Mediapartner

Es lohnt sich, neue Wege zu gehen



Wir sind begeistert!

- LP ehrt die Besten
- LP verbindet die Branche
- LP vereint Print, Online & Events

Bewertest du noch oder gehst du schon?

Bildquelle: Supermarkt des Jahres 2023-Preisverleihung, Peter Eilers

LP Lebensmittel
Praxis



Milchlabel im Dschungel

Gastkommentar von Prof. Achim Spiller

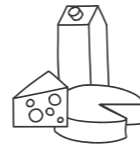
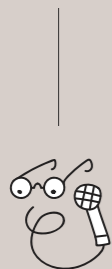
Auch im Milchmarkt gibt es immer mehr Labels. Allerdings sind viele davon unbekannt. Die Verbraucher blicken nicht mehr durch. Es ist daher wenig überraschend, dass 74 Prozent der Verbraucher das QM-Milch-Logo nicht kennen.

Studien von uns und anderen zeigen, dass Milch nicht so stark im Fokus der Nachhaltigkeitsdebatte steht wie Fleisch, weder bei Tierwohl noch bei Klima. Braucht man deshalb kein Label? Das wäre der falsche Schluss. Die Milchwirtschaft sollte langfristig denken. Die Voraussetzungen für ein wirksames Label sind gut erforscht:

1. Bekanntheitsgrad: Ohne den geht nichts. Aber kaum ein Label investiert hier. Ein typisches Trittbrettfahrerproblem, denn keine einzelne Molkerei will Geld in das Marketing für das Zeichen stecken, weil davon die anderen auch profitieren würden.

2. Glaubwürdigkeit: Sowohl was den Zeichengeber als auch was das Kontrollverfahren angeht. Hier geht es um Tierwohl auf allen Betrieben, damit das Label nicht in Skandale gerät.

3. Emotionen: Erst wenn die Voraussetzungen zwei und drei erfüllt sind, kann man am Image arbeiten. QM hat noch einen weiten Weg vor sich.



Dabei hat das Thema Tierwohl und die dazugehörigen Labels sowie die Kommunikation von „Mehrwertinformation“ im Milchbereich in den letzten Jahren Fahrt aufgenommen. „Aber wie viel Platz bleibt auf einer Verpackung für Milchprodukte eigentlich in Zukunft noch für die Marke beziehungsweise den Hersteller? Die Marke ist schließlich ein eindeutiges Signal, um damit seine Unverwechselbarkeit zu zeigen“, stellt Dr. Björn Börgermann, Geschäftsführer des Milchindustrie-Verbandes, klar.

Das bestätigt Moritz Collmar, Sprecher von Schwarzwaldmilch: „Für die Orientierung der Verbraucher ist für uns unsere Marke Schwarzwaldmilch entscheidend. Die Marke muss das Vertrauen der Verbraucher genießen – das haben wir uns über viele Jahre erarbeitet. Durch Labels kann dies maximal ergänzt werden. Wir setzen hier auf wenige Labels, wie Bioland, ohne Gentechnik und aus Heumilch, die bei den Verbrauchern gelernt sind und aus unserer Sicht nicht in der sonstigen Label-Flut untergehen.“ Dennoch begann Schwarzwaldmilch mit der Zertifizierung der konventionellen Erzeuger nach QM+ und QM++, um für die Haltungskennzeichnung gewappnet zu sein. „Nach Abschluss aller Haltungsformzertifizierungen planen wir die Einführung von einzelbetrieblichen Zuschlägen je nach zertifizierter Haltungsformstufe“, sagt der Sprecher von Schwarzwaldmilch.

Auch das Deutsche Milchkontor hält branchenweite Labels für notwendig. Sprecher Oliver Bartelt erklärt: „Insbesondere die hinter QM-Milch stehenden Standards helfen uns, auf den landwirtschaftlichen Betrieben bestimmte Produktionsstandards sicherstellen zu können und einheitliche Maßstäbe zu haben, um Branchenstandards zu definieren.“ Bartelt geht davon aus, dass perspektivisch besonders die jüngeren Konsumenten sehr viel mehr über das Produkt wissen wollen, als es bei älteren Generationen der Fall war. „Ein Label kann hier also durchaus eine Rolle spielen“, so seine Meinung. Um die Logos von QM-Milch bekannter werden zu lassen, will der Verband die Kommunikation weiter ausrollen.

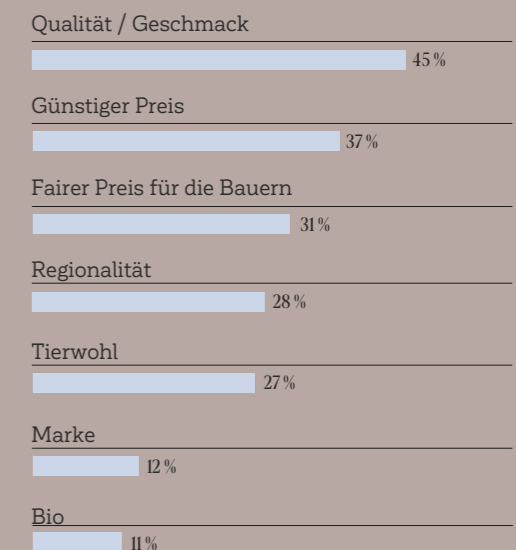
Während aus Erzeugerkreisen kritische Stimmen zu hören sind, was die QM-Zertifizierung angeht, sieht sich der DBV auf dem richtigen Weg. „Für uns im Bauernverband stellte sich nicht die Frage nach dem Ob, sondern nach dem Wie der Haltungsformkennzeichnung im Milchsektor“, erklärt Karsten Schmal. Ihm ist es lieber, mit am Verhandlungstisch zu sitzen, anstatt neue Standards aufgedrückt zu bekommen. Deshalb habe man sich dazu entschlossen, mit QM+ und QM++ praktikable Standards mit dem LEH zu definieren. Was die wert sind, muss die Zukunft zeigen. Denn beim Schweinefleisch hat Landwirtschaftsminister Cem Özdemir sein Label zur Tierhaltung per Gesetz durchgedrückt – an Landwirtschaft und Handel vorbei. ■

Beim Käse-Star der LP am 18. September auf dem Petersberg spricht Florian Reinartz von Bonial zum Thema „Was Verbraucher wirklich wollen: Qualität, Preis und Nachhaltigkeit bei Molkereiprodukten“.



BIO IST NICHT WICHTIG

Was ist dir beim Kauf von Milch wichtig? Die Befragten konnten mehrere Gründe nennen.



Quelle: Bonial International GmbH, Verbraucherumfrage auf den Plattformen kaufDA und MeinProspekt, 1.011 Teilnehmer, 14.-17. Mai 2023

Fotos: Getty Images, Adobe Stock