



Juli 2015, Nr. 65

Inhalt:

-  **Studienreise nach Polen: erste verbindliche Hinweise**
-  **Termine**
-  **KALLSPREIS für hessische Milcherzeuger 2015**
-  **EDF: 25 Jahre Unternehmertum**
-  **Tipp: Vogelfrass verhindern**
-  **Infos vom Ernährungsteam gibt es im nächsten Stallgeflüster wieder!**



### Studienreise nach Polen: 19.10. 2015 bis 23.10.2015

*An dieser Stelle zunächst herzlichen Dank allen, die uns Tipps und Hinweise gegeben haben für Dolmetscher oder sonstige Hilfestellungen! Wir haben jetzt einen polnischen Landwirt, der uns vor Ort, in seiner Heimatregion Posen, führen und begleiten wird.*

Wir fahren mit dem Bus ab Alsfeld, Richtung Sachsen und von dort in die Region Posen. Wir werden verschiedene Idw. Betriebe besichtigen, aber auch einen Stopp an der Christus König Stau einlegen, sowie die Brauerei Lech besichtigen und eine Stadtführung inkl. Dombesichtigung in Posen haben. Reisepreis: ca. 450 EUR/Pers. im DZ. Darin enthalten Bus, ÜF,

Gastgeschenke und Eintrittsgelder vor Ort sowie Dolmetscher.

Anmeldungen nehmen wir ab sofort entgegen – Weitere Programmdetails stellen wir in der nächsten Woche auf unsere Homepage.

### Termine:

#### Precision Dairy Farming Road Show: Kälbergesundheit 2.0 vom 16.11.-20.11.2015

Die legendäre *Precision Dairy Farming Tour* macht in diesem Jahr wieder die "Nord-Runde": Veranstaltungsorte und Termine unter <http://www.precision-dairy-farming.de>

#### 28.11.2015: 30. (!) Rindergesundheitstag in Gießen

Wir haben Jubiläum und möchten das gern mit Ihnen gemeinsam begehen mit einer weiteren hochkarätig besetzten Tagung in Gießen zum Thema „Kuh und Kalb – Erfolg lässt sich steuern“. Mit Prof Eder, Prof Kaske, Dr. Koch und Andreas Pelzer haben wir namhafte Fachleute als Referenten gewinnen können. Landwirt und Tierarzt Bodo Heusmann aus dem „nassen Dreieck“ wird interessante Einblicke in seinen Betrieb geben.

*Anmerkung: bitte melden Sie Ihre Teilnahme telefonisch/per Mail oder Fax an, damit wir das Mittagessen besser planen können!*

#### KALLSPREIS für hessische Milcherzeuger 2015

In der vergangenen Woche wurde im Rahmen einer Feierstunde auf dem Siegerbetrieb der KALLSPREIS für hessischer Milcherzeuger 2015 verliehen. Die Landesvereinigung Milch Hessen zeichnete erneut drei erfolgreiche Milcherzeuger aus. Lesen Sie mehr über die ausgezeichneten Betriebe und warum Sie es auf das Siegerpodest geschafft haben unter **Unternehmer nutzen die spannenden Zeiten in der Milchviehhaltung.pdf** im Anhang



#### EDF: 25 Jahre Unternehmertum

Der diesjährige Kongress der europäischen Milchviehhalter, bei dem der 25. igste Geburtstag des Clubs gefeiert wurde, fand in Rostock statt. 380 Teilnehmer aus 26 Nationen trafen sich, um die vergangenen Jahre, aber auch um die Zukunft im Jahr 0 der Nachquotenzeit zu reflektieren. Da dies auch noch mit dem Jahrestag der Wiedervereinigung in Deutschland zusammenfiel, stand der Kongress ganz unter dem Thema „25 Jahre zukunftsorientiertes Unternehmertum“, mit zahlreichen



#### Innovationsteam Milch Hessen

ein Team der  
Landesvereinigung für Milch und Milcherzeugnisse Hessen e.V.

Lochmühlenweg 3  
61381 Friedrichsdorf

Tel.: 06172 / 7106 – 294/290 ♦ Fax: -296

E-Mail: [i-team-milch@agrinet.de](mailto:i-team-milch@agrinet.de) ♦

Internet: [www.milchhessen.de](http://www.milchhessen.de)



Herausforderungen, Risiken, aber auch Chancen, vor allem für Milcherzeugerbetriebe im Osten Deutschlands. Die Entwicklung in der Landwirtschaft verlief nach dem Krieg dort, wie bekannt, völlig anders, als im Westen und insofern waren auch die Startbedingungen für die Pioniere, die es gleich nach der Wende nach Ostdeutschland zog, schwierig. Es musste nicht nur innerhalb kürzester Zeit eine profitable Milcherzeugung aufgebaut werden, sondern es gab auch zahlreiche rechtliche Hürden zu umschiffen menschliche Probleme und juristische Fragestellungen zu klären. Einige Beispiele einer erfolgreichen Betriebsentwicklung, die in der Regel alle eins gemeinsam hatten, nämlich wenig Geld, aber viel Enthusiasmus und das Wissen um die eigenen Fähigkeiten, konnten vor Ort besichtigt werden. Einen Eindruck verschafft z.B. der kurze Beitrag aus dem NDR Fernsehen:

<http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/nordmagazin/Milchbauern-aus-Europa-treffen-sich,nordmagazin30184.html>

Bei den Farmbesuchen wurde eins wieder deutlich: das Management des Betriebes entscheidet über den wirtschaftlichen Erfolg, aber auch über das äußere Erscheinungsbild des Betriebes als Ganzes und der Tiere im Speziellen und nicht die Herdengröße. Sicher haben die größeren Betriebe durch Skaleneffekte Kostenvorteile gegenüber kleineren Farmen, aber das Führen eines größeren Betriebes mit 8-12 oder mehr Mitarbeitern erfordert von den Betriebsleitern sehr viele „soft skills“. Die Betriebe haben sich in den vergangenen Jahren alle kontinuierlich weiterentwickelt und verfolgen alle ihre individuellen Masterpläne und leben die eigene Betriebsphilosophie. An der Entwicklung der (Ost)betriebe wird deutlich, dass in den letzten 25 Jahren ein Paradigmenwechsel stattgefunden hat, vom Bauer oder Landwirt zum Unternehmer. Für viele galt es damals, kurz nach der Grenzöffnung, die Gelegenheit beim Schopf zu fassen und innerhalb kürzester Zeit weitreichende Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. In einem Fall lagen genau fünf Tage (im Urlaub) zwischen dem ersten Besuch einer in Liquidation befindlichen LPG und der Übernahme und dem eigenverantwortlichen melken im Betrieb. Ein anderer Betriebsleiter musste sich als weichender Erbe einen eigenen Betrieb suchen und wurde schnell fündig – allerdings war auch hier das Startkapital knapp und wurde deshalb vom elterlichen Betrieb in Niedersachsen mit Kühen aufgestockt, so dass die Produktion zunächst in den alten Gebäuden und vorhandener Technik starten konnte. Die Chancen im Osten waren für andere so verlockend, dass die traditionsreichen Familienbetriebe im Westen verkauft wurden, um in Mecklenburg Vorpommern einen kompletten Neustart zu wagen. Trotz unterschiedlicher Vorgeschichten und Startbedingungen haben alle Betriebsleiter eins gemeinsam – sie waren bereit



ein hohes unternehmerisches Risiko zu tragen, haben sich bietende Chancen genutzt und die neuen Betriebe kontinuierlich weiterentwickelt. Heute sind es große florierende Unternehmen mit zahlreichen Mitarbeitern, die funktionelle Ställe für die Tiere mit viel Kuhkomfort haben und einen besonderen Fokus auf die Kostenkontrolle legen. Zu einer der wichtigsten Aufgaben hat sich die Arbeitsorganisation und die Mitarbeiterführung entwickelt. Aber genauso wichtig ist, dass die Betriebsleiter alle auch ein Leben außerhalb des Kuhstalls haben und auf die persönliche Work-life Balance achten.



ein hohes unternehmerisches Risiko zu tragen, haben sich bietende Chancen genutzt und die neuen Betriebe kontinuierlich weiterentwickelt. Heute sind es große florierende Unternehmen mit zahlreichen Mitarbeitern, die funktionelle Ställe für die Tiere mit viel Kuhkomfort haben und einen besonderen Fokus auf die Kostenkontrolle legen. Zu einer der wichtigsten Aufgaben hat sich die Arbeitsorganisation und die Mitarbeiterführung entwickelt. Aber genauso wichtig ist, dass die Betriebsleiter alle auch ein Leben außerhalb des Kuhstalls haben und auf die persönliche Work-life Balance achten.

Eine Hauptaufgabe von EDF ist der jährliche Produktionskostenvergleich, in dem in diesem Jahr über 270 Betriebe aus 19 Nationen teilgenommen haben. Auffällig hier unter anderem, dass die nationale Gruppe aus Deutschland (30 Betriebe) im Vergleich zum Rest von Europa sehr gute Ergebnisse aufzuweisen hat. Neben der reinen Produktionskostenbetrachtung, die Steffi Wille- Sonk (EDF) wieder hervorragend präsentiert hat, geht es immer auch um Entwicklungstendenzen in der Branche. Im Mittel des „EDF Betriebes“ lagen die Produktionskosten für den Zeitraum 2013/14 bei 47,8 ct/kg. Im Snapshot zur weiteren Betriebsentwicklung ging es um die Frage, wieviel Milch die Betriebe in 2019/20 melken werden. Im Mittel der 164 Betriebe die an der Umfrage teilgenommen haben, wird eine Mengensteigerung von 27% erwartet, bzw eine Bestandsvergrößerung um 64 Kühe. Dabei gaben die Betriebe mit einer aktuellen Bestandsgröße von 140 – 300 Kühen die größten prozentualen



## Innovationsteam Milch Hessen

ein Team der  
Landesvereinigung für Milch und Milcherzeugnisse Hessen e.V.  
Lochmühlenweg 3  
61381 Friedrichsdorf  
Tel.: 06172 / 7106 – 294/290 ♦ Fax: -296  
E-Mail: i-team-milch@agrinet.de ♦  
Internet: www.milchhessen.de





Wachstumsraten an. Allerdings ist das Wachstum nicht gleichmäßig über Europa verteilt, denn Betriebe aus Schweden erwarten kaum mehr Kühe in ihren Ställen, während in Frankreich viele Pläne zur Betriebsentwicklung geschmiedet werden. Neben der Aufstockung der Kuhzahl wird auch eine weitere Steigerung der Milchleistung/Kuh von ca. 1,6% pro Jahr erwartet. Kurz gesagt: ca 60% der Betriebe (der Umfrage) werden 20% mehr produzieren. Aber Vorsicht: Diese Ergebnisse sind nicht repräsentativ und es haben sich nur ca. 60% der EDF Betriebe beteiligt, die im CoP teilgenommen haben. Viele Betriebe stehen

bereits für 2015/16 in den Startlöchern für weitere Expansion. Faktoren, die die weitere Entwicklung dämpfen könnten sind die Landverfügbarkeit, aber auch steigende Umweltauflagen. Auch die zu erwartende Kostensteigerung ist in diesem Zusammenhang entscheidend. In nahezu allen Ländern spielt die Mitarbeiterverfügbarkeit und deren Qualifikation eine entscheidende Rolle. Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass vor allem die Direktkosten und die Arbeitserledigungskosten über die Jahre steigende Tendenzen haben und somit bei weiter volatilen Milchpreisen ein besonderes Augenmerk auf das individuelle Liquiditätsmanagement gelegt werden muss. Betriebe, die bereits in der Vergangenheit für die Nachquotenzeit investiert haben müssen daran arbeiten, jetzt auch die erweiterten Produktionskapazitäten rentabel zu nutzen, denn nur dann macht sie sich auch tatsächlich bezahlt! Eine relativ intensive Milchproduktion wird zunehmend unflexibel und störungsanfälliger und das Management wird schwieriger insofern bleibt der Balanceakt zwischen möglichst einfacher und störungsfreier Betriebsleitung (KISS= Keep it simple stupid) und guten Ergebnissen im Stall, die für eine gute Wirtschaftlichkeit erforderlich sind, entscheidend.

## Kommunikation mit der Gesellschaft

Immer wieder wird darauf hingewiesen, dass Landwirtschaft als Wirtschaftsbereich in Deutschland, aber auch in anderen Ländern Europa's und weltweit ein Kommunikationsproblem mit der Öffentlichkeit hat. Darum war diesem Thema ein Vortrag gewidmet. Peter Berndgen, Agro-kontakt, stimmte die Zuhörer mit einem Zitat von Henry Ford ein „ Enten legen ihre Eier in Ruhe, Hennen gackern dabei – darum essen alle Hühnereier“ Die Lücke zwischen dem Verbraucher und der Landwirtschaft und deren Produktionsmethoden von Lebensmitteln sind inzwischen so groß, dass das alleinige Auflisten von



Fakten keine Verbesserung der Situation bringt. Nur mit gezielten Marketingmaßnahmen und plausibler Kommunikation könne diesem Missverständnis begegnet werden. Wer sich vermarkten will, braucht konkrete Ziele dafür, insofern muss sich die Landwirtschaft, im speziellen die Milchviehhaltung und jeder einzelne Betrieb darüber klar sein, welches Bild er vermitteln möchte. Eine gute Möglichkeit zu zeigen und zu erklären, wie Milchviehhaltung heute aussieht, ist der Besuch von Schulklassen, von Kindern mit deren Eltern, auf den Betrieben. Aber neben dem „Kälber streicheln“ sollte man sich auch damit beschäftigen, die Produktionsweise von Lebensmitteln zu vermitteln, welche Schritte dafür nötig sind, welche Techniken genutzt werden (müssen) und wie der Produktionsprozess kontrolliert wird. „Public Relation“ ist längst zu einer wichtigen Managementaufgabe von Betrieben geworden und das erfordert auch einen gewissen finanziellen und personellen Spielraum. Mit einem Beitrag von 5 EUR/Kuh und Jahr für Öffentlichkeitsarbeit und Außendarstellung könne man durchaus etwas erreichen. Unterschiedliche Betriebe haben unterschiedliche Geschichten, die sie vermitteln wollen, aber auch unterschiedliche Zielgruppen mit Geschäftspartnern, Behörden und Ämtern oder Meinungsführern. Online Kampagnen können sehr erfolgreich und weitreichend sein, aber wirken noch besser, wenn sie in ein Gesamtkonzept der Branche eingebunden sind, die von allen Beteiligten im Sektor unterstützt wird. Leider gibt es aktuell in Deutschland keine erkennbare gemeinsame



## Innovationsteam Milch Hessen

ein Team der  
Landesvereinigung für Milch und Milcherzeugnisse Hessen e.V.  
Lochmühlenweg 3  
61381 Friedrichsdorf  
Tel.: 06172 / 7106 – 294/290 ♦ Fax: -296  
E-Mail: i-team-milch@agrinet.de ♦  
Internet: www.milchhessen.de



Kommunikationsstrategie oder Marketingoffensive in der Wertschöpfungskette. Derzeit ist es leider so, dass der Milchproduzent verantwortlich gemacht wird für jeden Fehler, der in der Kette gemacht wird. Der Landwirt vor Ort wird beobachtet, insofern sind auch Marketingkonzepte, die von Verbänden kommuniziert werden, nicht zielführend, weil ein Verbandsvertreter nie so authentisch sein kann, wie der Landwirt vor Ort. Der PR Experte forderte die Landwirte auf, eine „eigene Marke“ zu erfinden, eine ‚corporated identity‘ zu erfinden für den eigenen Betrieb, um damit die jeweilige Besonderheit für die Bevölkerung erlebbar und sichtbar zu machen. Dazu bietet sich die Kommunikation über Bilder an. Vor allem im online Bereich sind Bilder viel mehr wert, als tausend Worte, d.h. Landwirte, die eine eigene homepage haben, sollten viele Bilder zeigen und nur wenig Text dazu stellen, weil Bilder für das menschliche Gehirn sehr viel einprägsamer sind. Beispiele guter Visitenkarten von Betrieben im Internet gibt es viele, eine davon ist z.B. auch von einem der besichtigten EDF Betriebe. (<http://milchhof-rodenwalde.de/>)



## Milchviehhaltung in 25 Jahren

Wie wird die Milchviehhaltung in der Zukunft aussehen? Dieser Frage ging Prof. Folkhard Isermeyer, vTI, nach. Auch zukünftig wird Europa zu den Hauptmilcherzeugungsregionen der Welt gehören, auch wenn andere Regionen dazu stoßen werden. In absehbarer Zukunft wird sich auch der Weltmarkt für Milchprodukte weiter positiv entwickeln und die Milchauszahlungspreise in Europa sich am Weltmarktpreis orientieren, der ebenfalls einem steigenden Trend folgen wird. Auch wenn die Betriebsgrößen in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen sind, wird sich der Trend weiter fortsetzen, da auch ökonomische Gründe für größere Bestände sprechen. Neben diesen Entwicklungen gibt es aber weitere Trends, die die Zukunft der Milchviehhaltung beeinflussen werden: Industrielle Landwirtschaft, Massentierhaltung auf der einen und „Precision Dairy Farming“ auf der anderen Seite. Landwirtschaft muss die Kritik der Gesellschaft und der NGO's durchaus ernst nehmen, da sie das Kaufverhalten aber auch national politische Rahmenbedingungen beeinflussen können. Trotz allem hat die Milcherzeugung in Europa gute Aussichten für die Zukunft, denn sie kann erfolgreich am liberalisierten Weltmarkt bestehen. Die meisten Trends lassen bis 2040 keine entscheidende Änderung erwarten, aber „ein Trend ist ein Trend“ und es müssen bereits jetzt die Weichen für die langfristige Zukunft der Milchviehhaltung gestellt werden. (SMW)

## Tipp: Schutz vor Vogelfrass am Silostock

Nicht nur im Winter/Frühjahr beobachtet man häufig starken Vogelfraß und zahlreiches Ungeziefer an der Anschnittfläche des Silos. Vogelschwärme verschmutzen das Futter in Ställen und Silos und häufig werden auch die Silofolien, trotz Schutznetz, aufgepickt. Eine neue Methode, Vögel vom Silo fern zu halten, haben wir bei mehreren Betrieben in Nordhessen gesehen:

Der Vogelabwehr Ballon ist eine optische Methode, um Vögel zu vertreiben. Der Ballon wird einfach an dem zu schützenden Silo oder in der Nähe der zu schützenden Kulturen aufgehängt. Durch die vier "Augen"-Aufkleber wird ein optischer Reiz erzeugt der stark an die Augen eines Raubvogels erinnert. Dieser optische Reiz wirkt auf viele Vogelarten bedrohlich, was sie somit aus der Nähe des Ballons vertreibt. Der Vogelabwehr Ballon hat eine schützende Wirkung von bis zu Ø 40 Meter. Dieser Schutz wird am besten erreicht wenn der Ballon möglichst hoch an einer gut sichtbaren Stelle befestigt wird.

Im Lieferumfang sind der Ballon sowie die "Augen" - Aufkleber und die roten Streifen welche an der Unterseite des Ballons befestigt werden. Die Augen und die Streifen sind aus stark reflektierendem Material um den optischen Reiz zu verstärken. Der Ballon ist mit Luft gefüllt.

Maße: 80 x 40 x 40 cm; Gewicht: 0,24 kg

Bezugsmöglichkeit: <http://www.vogelabwehr-purivox.de/index.php?page=product&info=364>



**Innovationsteam Milch Hessen**  
ein Team der  
Landesvereinigung für Milch und Milcherzeugnisse Hessen e.V.  
Lochmühlenweg 3  
61381 Friedrichsdorf  
Tel.: 06172 / 7106 – 294/290 ♦ Fax: -296  
E-Mail: [i-team-milch@agrinet.de](mailto:i-team-milch@agrinet.de) ♦  
Internet: [www.milchhessen.de](http://www.milchhessen.de)





Der Vogelabwehr-Ballon ist durch seine Form, Farbe sowie die „Augen“ für die Vogelabwehr am Silo und Stall geeignet. Der Ball besteht aus PVC-Kunststoff und wird mit normaler Luft befüllt.



an einem Stab befestigt, wird der Ballon einfach in die Anschnittfläche gesteckt



je höher und je sichtbarer der Ballon hängt, desto besser die Schutzwirkung vor Vögeln

Ihr Innovationsteam Milch Hessen

*Zu guter Letzt:*

*„Sommer ist die Zeit, in der es zu heiß ist, um das zu tun, wozu es im Winter zu kalt war.“*

*Mark Twain (1835 - 1910)*



**Innovationsteam Milch Hessen**  
ein Team der  
Landesvereinigung für Milch und Milcherzeugnisse Hessen e.V.  
Lochmühlenweg 3  
61381 Friedrichsdorf  
Tel.: 06172 / 7106 – 294/290 ♦ Fax: -296  
E-Mail: [i-team-milch@agrinet.de](mailto:i-team-milch@agrinet.de) ♦  
Internet: [www.milchhessen.de](http://www.milchhessen.de)

