

Pressemitteilung vom 8. Mai 2009

Preissenkungen für Milch gefährden Familienbetriebe Verbraucher können wählen: Bio-Milch ist die faire Alternative

Berlin, 8. Mai 2009. „Die neue Preissenkungswelle für konventionelle Milch und Milchprodukte ist nur auf den ersten Blick ein Gewinn für den Verbraucher. Unternehmerische Freiheit, gesellschaftliche Verantwortung, Tier- und Umweltschutz bleiben dabei auf der Strecke.“ So fasst Elke Röder, Geschäftsführerin des Bundesverbandes Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V., die Überzeugung der 25 Unternehmen und Verbände zusammen, die sich an der aktuellen Anzeigenkampagne für faire Milchpreise beteiligen. Der Handel, allen voran der Discounter, erhalte oder erwartete von den Molkereien im In- und Ausland Tiefstangebote, die die Zukunft der bäuerlichen Familienbetriebe aufs Spiel setzen.

Diese Preiskämpfe sind nur scheinbar im Interesse von Verbrauchern, die sich über eine Entlastung ihres Geldbeutels freuen. In Wirklichkeit müssen alle Steuerzahler die Reparaturkosten dieses Kampfes um Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und auf dem europäischen Milchmarkt in Form von staatlichen Subventionen und Umweltkosten tragen.

Der Kauf von Bio-Milch ist daher immer eine gute Investition. Preis-Rallyes, die sich nicht an den wirklichen Kosten orientieren, finden im Biomarkt nicht statt. Der Milchpreis ist stabiler und spiegelt die wirklichen Kosten wider: Bio-Bauern füttern ihre Kühe mit teurerem ökologischem und gentechnikfreiem Futter, und die Milchleistung pro Biokuh ist niedriger.

Bio-Milch ist ihren Preis auch wert. Die Qualität dieses Grundnahrungsmittels profitiert messbar von dem geringeren Kraftfuttereinsatz und mehr frischem Grün. Der Weidegang der Kühe pflegt die Kulturlandschaft ohne Zusatzkosten und fördert damit die Lebensqualität in Deutschland. Die bäuerlichen Familienbetriebe passen zu den kleinräumigen Kulturlandschaften im Mittelgebirge und in Süddeutschland. Sie bieten Arbeitsplätze in ländlichen Räumen und fördern die regionale Sozialstruktur.

Der Naturkosthandel ist der Bio-Spezialist im deutschen Lebensmittelmarkt. Hier wird Bio seit mehr als 30 Jahren aus Überzeugung gemacht. Dieser Markt wird gemeinsam mit den Bio-Landwirten in Deutschland und - wo sinnvoll - weltweit gepflegt. Kunden, Naturkosthändler, Molkereien und Bio-Bauern gestalten gemeinsam einen Markt, der Menschen, Tieren und Umwelt nützt und die Leistungsfähigkeit aller Teilnehmer der Wertschöpfungskette respektiert, aber auch herausfordert. Sie zeigen täglich: Es geht auch anders!

Pressekontakt: BNN Herstellung und Handel e.V., Elke Röder, Tel. 030 / 847 12 24-28

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V ist der Verband der mittelständischen Naturkost-Großhandelsunternehmen und Naturkost-Verarbeiter. Der Verband verabschiedet besondere Qualitätsrichtlinien für den Naturkost-Fachhandel, die über die gesetzlichen Anforderungen für Bio-Produkte hinausgehen. Der Naturkost-Fachhandel erzielte 2008 in Deutschland einen Umsatz von 1,85 Milliarden Euro mit Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik.
