



Es gibt noch viel zu tun

Die Herbstmilchwochen und die letzte Woche vom bayerischen Landwirtschaftsminister Brunner in Feneberg-Märkten gestartete Werbeaktion „Unsere Milch macht Bayern stark“ sollen die Menschen im Allgäu aufrütteln – sie von der hervorragenden Qualität und dem Wert der Milchprodukte überzeugen. Die vielfältigen Aktionen während der Herbstmilchwochen rücken zudem die mühevollen und wichtige Arbeit unserer Milchbauern in den Blickpunkt. Vielen ist vermutlich nicht bewusst, wie wertvoll das Lebensmittel Milch ist und wie stark man mit dem eigenen Einkaufsverhalten den heimischen Milchmarkt beeinflussen kann.

Deshalb dürfen Gedanke und Zielsetzung der Herbstmilchwochen, die am 22. November zu Ende gehen, keine Einzelaktion bleiben. Der regionale Milchmarkt braucht eine dauerhafte Unterstützung. Vor allem auch begleitende wirtschaftliche und politische Überzeugungsarbeit. Beispielsweise bei Krankenhäusern im Allgäu. Hier gibt es zum Verzehr – wie selbstverständlich – Milchprodukte, die nicht aus unserer Region stammen. Auch die schwäbische Bäko, die Einkaufsgenossenschaft der Bäcker, hat das Allgäu weitgehend nicht im Sortiment. Nur die Oberallgäuer und Kemptener Bäcker arbeiten mit regionalen Anbietern zusammen.

Negative Beispiele gibt es noch

mehr. Den Camembert aus Weihenstephan. Als Firmenadresse und als Hersteller wird verdeckt und kaum lesbar eine Allgäuer Postleitzahl genannt. Tolles Marketing.

Es ist nicht ehrlich, wenn wir immer nur mit dem Finger auf die Kleinverbraucher zeigen, die beim Discounter Billigprodukte einkaufen. Der Großverbraucher handelt ja nicht besser. Auch Klinikverbände, Großkantinen, Kasernen und Catering-Dienstleister sind in der Verantwortung, zu Allgäuer Produkten zu greifen. Es gibt noch viel zu tun.

Die Allgäuer Marken-Milchprodukte sind in ihrer Qualität hochwertig. Deshalb sind sie in der Regel nicht billig. Das brauchen sie auch nicht zu sein. Wer billig bleiben will, kann nur beliebige Massenware liefern.

Wie bringt man unsere Milchprodukte in die Regale der Einkaufsmärkte und damit dauerhaft unter die Leute? Die ländlichen Produzenten, in den Sennereien zum Beispiel, schaffen das nicht aus eigener Kraft. Hier ist professionelle Hilfe notwendig. Das Allgäuer Amt für Landwirtschaft und Leadergruppen greifen – wieder einmal – ideenreich und unterstützend ein. Wie man hört, ist man derzeit dabei, ein Konzept zu erarbeiten, wie Allgäuer Milchprodukte vermarktet werden können. Man darf auf die Ergebnisse schon heute gespannt sein.