

Jahresbericht 2024



Inhalt

Vorwort	2
Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e.V.	3
Fachberatung	5
Fachberatung - Rohmilchmonitoring	6
Fachberatung - Interreg Projekt Senspores	8
Öffentlichkeitsarbeit	9
Öffentlichkeitsarbeit – DIALOG MILCH	10
Öffentlichkeitsarbeit – #Milchtrinker	15
Öffentlichkeitsarbeit – Landgemachtes	17
Öffentlichkeitsarbeit – Milchcup / Lottes Bewegungspause	18
Evaluation 2022 - 2024	19

Impressum

Herausgeber
Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e.V.
Bischofstraße 85
47809 Krefeld
Geschäftsführung: Dr. Rudolf Schmidt

Fotos
Archiv der Landesvereinigung
der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.
und des Vereins zur Förderung der Milchwirtschaft e.V.
Pixabay

Genderhinweis:
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige
Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers
(m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten
gleichermaßen für alle Geschlechter.

Vorwort

Wie wichtig und erfolgreich die Zusammenarbeit der Milchbranche sein kann, wurde Anfang 2025 bei dem MKS-Ausbruch in Brandenburg deutlich. In engem Zusammenschluss mit den Veterinärbehörden, den Ministerien und den vor- und nachgelagerten Stellen konnte eine Ausbreitung der Tierseuche vermieden und damit großer Schaden abgewendet werden. Zwar kam es kurzzeitig zu gewissen Marktstörungen (Exportbeschränkungen), die aber keine gravierenden Folgen hatten.

Der Förderverein hat seine Mitglieder sofort und umfangreich informiert – auch über das anschließende MKS-Geschehen in Ungarn und der Slowakei. Neben dem fachlichen Austausch über mögliche Desinfektionsmaßnahmen, Ausrüstung von Tanksammelwagen mit Filtern, Diskussionen mit Ministerien und Behörden etc. stand auch die Aufklärung der Öffentlichkeit im Fokus der Arbeit. Hier zeigte sich erneut, wie wichtig das Zusammenwirken von fachlicher und kommunikativer Expertise aus einer Hand für die gesamte Milchbranche ist.

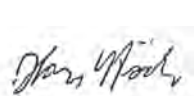
Und dies nicht nur in Krisenzeiten. In der täglichen Zusammenarbeit zwischen Förderverein und Molkereien werden Themen von Hygiene, Sensorik, Arbeitssicherheitsschutz bis hin zum Rohmilchmonitoring bearbeitet und die Verbraucher über die Qualität, den Genuss und die Sicherheit von Milch und Milchprodukten informiert. Dadurch wird die gesamte Milchbranche gestärkt, und kann so auch schwierige Phasen überstehen. Dabei ist es erfreulich und notwendig, dass der Förderverein seine Arbeit mit weiteren Partnern ausbauen kann. So ist 2025 die bisherige Arbeit der Landesvereinigung Milch Hessen in den Förderverein übergegangen. Auch mit der Milag aus Rheinland-Pfalz/Saar konnte die Zusammenarbeit deutlich ausgebaut werden. 2026 ist vorgesehen die Arbeit der Landesvereinigung Milch Thüringen stärker über den Förderverein zu unterstützen. Die langjährige und erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Fokus Milch GmbH und der Landesvereinigung Milch Niedersachsen rundet nicht nur das Bild ab, sondern soll in Zukunft weiter intensiviert werden.

So stellt sich der Förderverein den jetzigen und zukünftigen Herausforderungen der Milchbranche mit einem funktionierenden und sich weiter entwickelnden Netzwerk an kompetenten Partnern. Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind wir zu großem Dank verpflichtet, denn nur durch ihr Wissen und Engagement konnte die bisherige Entwicklung des Fördervereins gelingen.

Dankbar sind wir auch den vielen Organisationen und Verbänden wie dem Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz NRW, dem Landesamt für Natur und Verbraucherschutz NRW, den Landwirtschaftsverbänden und natürlich unseren Mitgliedern, den Molkereiunternehmen und Kunden, für die jederzeit partnerschaftliche und konstruktive Zusammenarbeit.

So wünschen wir unseren Lesern viel Spaß beim Lesen unseres Jahresberichtes 2024.

Der Geschäftsführende Vorstand des Vereins zur Förderung der Milchwirtschaft e.V.



Hans Stöcker



Peter Manderfeld

Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e.V.



Der Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e. V. (Förderverein) hat das Ziel, im gemeinsamen Interesse der ihm angehörenden Mitglieder die Belange der Milchwirtschaft zu fördern.

Mitglieder und Partner

Mitglieder des Vereins sind folgende milchwirtschaftliche Unternehmen:

- Sahnemolkerei H. Wiesehoff GmbH
- WIEMO - Wiehengebirgsmolkerei Unterlütbe KG
- Molkerei Söbbeke GmbH & Co. KG
- Privatmolkerei Naarmann GmbH
- Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG
- Hochwald Milch eG
- Milchverwaltung FrieslandCampina Germany GmbH
- Deutsches Milchkontor eG
- Arla Foods Deutschland GmbH
- Upländer Bauernmolkerei GmbH
- frischli Milchwerke GmbH
- lactalis Deutschland GmbH

Zudem kooperiert der Förderverein mit regionalen Partnern wie

- Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V.
- Landesvereinigung für Milch und Milcherzeugnisse Hessen e. V.
- Milchwirtschaftliche Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz-Saar e. V.
- Landesvereinigung Thüringer Milch e. V.
- Fokus Milch GmbH, Niedersachsen

Projekte und Maßnahmen

Die Durchführung der satzungsgemäßen Projekte und Maßnahmen können sich auf den Gesamtverein und seine regionalen Partner beziehen.

Seit dem 01.01.2021 wurde die Fachberatung der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V. im Förderverein miteingebunden. Seit dem 01.01.2022 hat sich das Leistungsangebot des Fördervereins auf Projekte und Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit erweitert.



Aufgaben

- Fachberatung zur Unterstützung von land- und milchwirtschaftlichen Unternehmen
- Wissensvermittlung über Produkte, Qualität und Technologie
- Schulungen
- Rohmilchmonitoring
- Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit

Finanzierung

Die Finanzierung des Fördervereins erfolgt über Dienstleistungsverträge der milchwirtschaftlichen Mitgliedsunternehmen. Da sich die Fachberatung auch an sogenannte KMU (Klein- und Mittelständische Unternehmen) richtet, wird für diese Tätigkeit auch eine Unterstützung über die Milchumlage gewährt. Eine weitere Einnahmequelle sind die Fachberatergebühren.

In 2024 bündelte der Förderverein fast 20 % der deutschen Milch. Rechnet man die Öffentlichkeitsmaßnahme DIALOG MILCH, welche in Kooperation mit der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V. stattfindet, sind es ca. 40 %.



Bisherige Bilanz:

- gutes Model, um Branchenkommunikation national und regional zu realisieren
- ausgewogene Balance zwischen öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Sektoren
- eine „Win Win-Strategie“ für die gesamte Branche, unter Berücksichtigung bestehender Strukturen
- gelungene Integration von Hessen und Rheinland-Pfalz/Saar
- Zusammenarbeit mit bundesweit agierenden Verbänden und Vereinigungen wie der Initiative Milch 2.0 GmbH
- relativ schlanke, unkomplizierte Strukturen
- enge Zusammenarbeit mit LV Milch NRW – dadurch Synergieeffekte z. B. in den Bereichen Personal und ÖA-Maßnahmen
- Fachberatung etabliert sich in einem herausfordernden Umfeld
- sehr positive Entwicklung der Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit – dies zeigt die extern vergebene Evaluation der Jahre 2022, 2023 und 2024 (siehe Seite 19 ff)



Fachberatung

Fachberatung

Das Ziel der Fachberatung ist die Optimierung der technischen, hygienischen und qualitativen Abläufe in den milchwirtschaftlichen Unternehmen. Über die Fachberatung möchte man weiterhin die Wettbewerbsfähigkeit von Milcherzeugern und Unternehmen nachhaltig verbessern. Die Maßnahmen zur Zielerreichung sind schwerpunktmäßig Beratungs- und Schulungsmaßnahmen aufgrund betrieblicher und gesetzlicher Vorgaben. Im Sinne des vorbeugenden Verbraucherschutzes wurde in 2024 von Seiten der Fachberatung das Rohmilchmonitoring fortgesetzt, das durch die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. im Jahr 2008 in NRW etabliert wurde.

Schulungen

Das Leistungsspektrum der Fachberatung umfasste im Jahr 2024 Leistungen in den Bereichen Qualitäts- und Hygienesicherung, Verfahrensprozesse, Arbeitssicherheit, Technik, Umwelt und Energie. Die Nachfrage nach Beratung und Schulungen durch die Fachberater war gleichbleibend stark. Die Ziele der Fachberatung konnten in 2024 durchweg erfüllt werden. Wie in den vergangenen Jahren wurden in den Unternehmen durch die Schulungsmaßnahmen die Einhaltung besonderer Hygienemaßnahmen und die Durchführung spezieller Verfahrensprozesse sichergestellt. Auch im Bereich Nachhaltigkeit konnten die Fachberater die Unternehmen wieder unterstützen.

Beratungen

2024 wurde die Fachberatung in 39 Beratungen zu Themen wie Rechtsvorschriften, Technik, Umwelt, Energie und Sicherheit und EU-Zulassungen aktiv.

Schulungen

In den einzelnen Leistungsgebieten konnten in 2024 insgesamt 153 Schulungen mit etwa 2.400 Teilnehmern durchgeführt werden, was eine über zwölfprozentige Steigerung im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Die Schulungsmaßnahmen umfassten:

- 84 Hygiene- und Sensorikschulungen, in denen ca. 1400 Mitarbeiter in unterschiedlichen lebensmittelverarbeitenden Betrieben erreicht wurden.
- 38 wissensvermittelnde Schulungen für insgesamt etwa 500 Auszubildende bzw. Mitarbeiter im Molkereiwesen
- 31 Arbeitssicherheits-Schulungen und -Ausschusssitzungen mit insgesamt ca. 500 Teilnehmern



Monitoring auf unerwünschte Stoffe in Rohmilch

Die Herstellung von Milchprodukten setzt eine einwandfreie Qualität der dafür eingesetzten Rohmilch voraus. Folglich wird seit vielen Jahrzehnten eine konsequente Eingangsprüfung der angelieferten Milch in den Molkereien bzw. in speziell hierfür eingerichteten unabhängigen Laboren vorgenommen. Aus den heutigen hohen Qualitätsansprüchen leiten sich die Maßstäbe für zu kontrollierende Parameter und daraus folglich der zu betreibende Prüfaufwand bezüglich Analysemethoden und Probenumfang ab.

Aus der Basisverordnung zur Lebensmittelsicherheit, VO 178/2002/EG, ergibt sich eine Verpflichtung sowohl für die öffentliche Hand (§ 51 LFGB) als auch für den einzelnen Lebensmittelunternehmer (VO 852/2004/EG), vorsorgliche Risikobewertungen und Kontrollen zur Vermeidung vom Eintrag unerwünschter Substanzen durchzuführen.

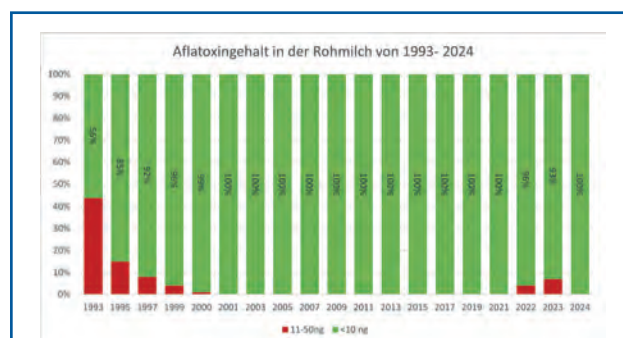
Das NRW-Rohmilchmonitoring wird von den Molkereien als Instrument im Rahmen ihres betrieblichen HACCP-Konzeptes hinsichtlich der Rohmilchanlieferung genutzt, dient als Nachweis für Exportzertifikate und ergänzt die spezifischen Kontrollansätze der Molkereien.

Seit 2008 (erste Untersuchungen insbesondere auf Aflatoxin M1 finden bereits seit 1990 statt) werden in NRW regelmäßige Monitoring-Programme der Rohmilch durchgeführt – zunächst von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V. und seit 2021 vom Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e. V. (FVM). Durch die flächendeckenden Untersuchungen wird ein umfassender und schneller Überblick über die Rohmilchqualität in Nordrhein-Westfalen geschaffen.

Analysiert werden Sammelproben, die von dem automatischen Probennahme-System der Tanksammelwagen gezogen werden. Zusätzlich werden Stapeltankproben gezogen und auf weitere Parameter untersucht.

Im Fokus steht die Beobachtung eines möglichen Eintrages von Umweltkontaminanten, hier verschiedene PCB-Kongenerne und Pestizide als auch Schwermetalle, via Futtermittel. Ebenfalls wird das Risiko eines Toxineintrages über unsachgemäß erzeugte und gelagerte Futtermittel überwacht. Die Untersuchung auf Rückstände der gängigsten Reinigungsmittel, Trichlormethan und QAVs, kontrolliert die ausreichende Sorgfalt der Milcherzeuger bei Reinigung und Desinfektion. Ergänzend zu den Hemmstofftests im Rahmen der Milchgütebewertung und den Eingangsuntersuchungen der Molkereien wird ein Screening auf spezielle Pharmakarückstände betrieben.

Im Jahr 2024 haben sechs Molkereien mit ihren Milchlieferanten aus NRW am Rohmilchmonitoring teilgenommen. Überschreitungen von gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwerten konnten in keinem Fall festgestellt werden. Die Ergebnisse der Auswertungen spiegeln das hohe Qualitätsniveau der nordrhein-westfälischen Rohmilch wider.



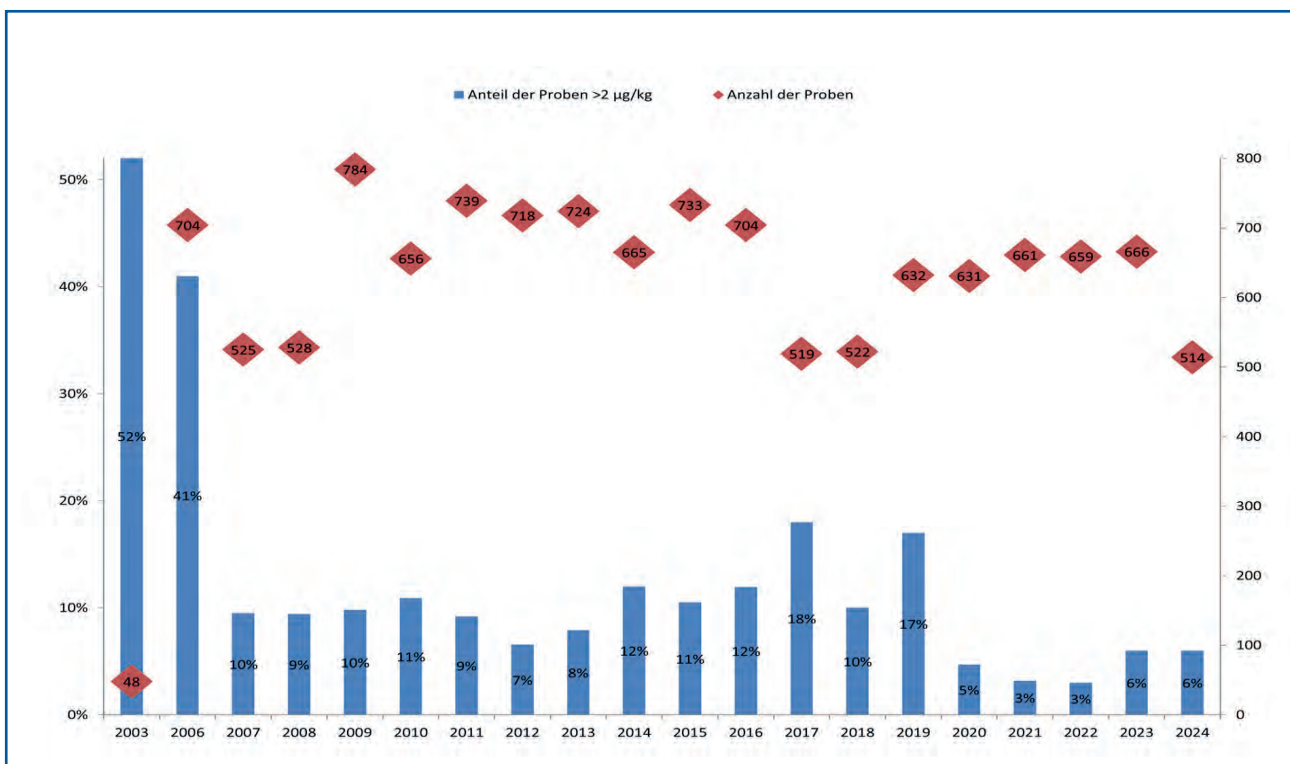
Fachberatung

Trichlormethan

Trichlormethan, auch Chloroform genannt, kann entstehen, wenn Aktivchlor aus Reinigungs- und Desinfektionsmitteln mit organischen Kohlenstoffverbindungen, z. B. Milchbestandteilen, in Berührung kommt. Chlor ist im landwirtschaftlichen Bereich in vielen kombinierten Reinigungs- und Desinfektionsmitteln (R&D-Mitteln) für Melkanlagen und Milchtanks enthalten. Trichlormethan ist fettlöslich und, wenn es in die Milch gelangt, im Milchfett zu finden. Der gesetzliche Grenzwert nach der deutschen Kontaminanten VO liegt bei 100 µg/kg (0,1 mg/kg) eines Lebensmittels. Da sich Trichlormethan im Fett

anreichern kann, ist in der Ausgangsrohmilch die Einhaltung eines Wertes von <2,5 µg/kg Milch (= 0,0025 mg/kg) Trichlormethan in Einzelproben und < 2,0 µg/kg Milch (= 0,002 mg/kg) in Tanksammelwagenproben anzustreben, um problemlos die Anforderungen des Gesetzgebers und des Handels an die Endprodukte, wie z. B. Butter, einhalten zu können.

Von den in 2024 insgesamt 514 Proben lagen 480 Proben (=93,38 %) unter dem Beobachtungswert. Der gesetzliche Grenzwert von 100 µg/kg wurde in keiner Probe überschritten. Die Molkereien, deren Proben über dem Beobachtungswert lagen, wurden umgehend informiert und aufgrund von Einzelnachproben konnte der Verursacher ausfindig gemacht werden.



Interreg Projekt Senspores – Halbzeitbilanz

Das Ziel des Projekts Senspores ist die Entwicklung von Biosensoren für den schnellen und zuverlässigen Nachweis von Pilz- und Bakteriensporen in Flüssigkeiten. Damit soll die Qualität von Lebensmitteln erhöht, Verluste reduziert und die Lebensmittelsicherheit verbessert werden – ein entscheidender Vorteil für die Milchwirtschaft und die gesamte Lebensmittelproduktion.

Das Projekt Senspores wird von einem starken deutsch-niederländischen Netzwerk getragen. Der Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e.V. unterstützt das Projekt als strategischer Partner und ist beratend und unterstützend im Projekt beteiligt.

Nach zwei von insgesamt vier Jahren Projektlaufzeit lässt sich eine erste Zwischenbilanz ziehen.

Besonders in der Rezeptoren- und Sensorentwicklung wurden wichtige Meilensteine erreicht. Erste Rezeptoren wurden für die festgelegten Testkeime entwickelt, verschiedenen Nachweisverfahren erfolgreich getestet und eine Server-Infrastruktur aufgebaut, um

die Messergebnisse mittels KI-gestützter Algorithmen zu berechnen.

Auch im Bereich der Mikrobiologie wurden Grundlagen gelegt: Relevante Testkeime wurden als standardisierte Referenzkulturen für die Sensor- und Rezeptorenentwicklung hergestellt und die Nachweisgrenze der konventionellen Methode ermittelt, als Vergleichsbasis für die Biosensoren.

Die bisherigen Ergebnisse zeigen bereits, wie groß der Nutzen für die Milchwirtschaft sein könnte:

Durch die frühzeitige Erkennung von Pilz- und Bakteriensporen kann die Qualitätssicherung effektiver gestaltet werden, das bedeutet weniger Verluste und mehr Lebensmittelsicherheit.

Die Halbzeitbilanz verdeutlicht: Die enge deutsch-niederländische Zusammenarbeit, das Zusammenspiel von Wissenschaft und Praxis sowie die beratende Unterstützung durch den Verein zur Förderung der Milchwirtschaft bilden eine solide Basis für die zweite Projektphase: die Überführung der entwickelten Biosensoren in die Anwendung.



Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit

Die Milchbranche stellt sich der Diskussion zu allen relevanten gesellschaftlichen Themen und trägt vielfältig zu Lösungsansätzen bei. Dies gilt besonders zu den in den letzten Jahren immer stärker in den Fokus der Öffentlichkeit getretenen Themen wie Nachhaltigkeit, Umwelt und Tierwohl. Eine verstärkte Kommunikation für Milch und Milchprodukte ist notwendig, um das, was die Branche bereits leistet, in der öffentlichen Wahrnehmung deutlicher zu platzieren. Daher wird im Leistungsangebot des Fördervereins der Schwerpunkt in Projekte und Maßnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gesetzt. In 2024 wurden in den fünf Projektbereichen „DIALOG MILCH“, „Milchtrinker“, „Landgemachtes“, „Milchcup“ und „Lottes Bewegungspause“ unterschiedliche Zielgruppen innerhalb der Gesellschaft angesprochen.

Projektbereiche Öffentlichkeitsarbeit 2024

- A. DIALOG MILCH**
 - Website und Social Media
 - Journalistenansprache
- B. #Milchtrinker**
 - Social Media
 - Radiobeiträge
- C. Landgemachtes**
- D. Milchcup**
- E. Lottes Bewegungspause**

Die Maßnahmen in der Öffentlichkeit wurden in den Jahren 2022, 2023 und 2024 durch eine externe Agentur evaluiert. Die Auswertung der Evaluation wurde am 14. Mai 2025 in der Vorstandssitzung FVM vorgestellt (siehe Seiten 19-22). In allen Projektbereichen wurden die Zielvorgaben erreicht, bei vielen Maßnahmen sogar weit übertroffen.





A. DIALOG MILCH

DIALOG MILCH ist eine gemeinsame Initiative der Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, die zur Neuorientierung und Neupositionierung der Milch-Branche beitragen soll – durch objektive Information, lebhaftes Diskussion und aufrichtige Reflexion. DIALOG MILCH richtet sich an Verbraucher und Multiplikatoren aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik sowie mit dem Projekt #2B1D (zwei Branchen ein Dialog) gezielt an Journalisten. DIALOG MILCH fördert damit den Austausch über aktuelle milchwirtschaftliche Themen. Ziel ist Verständnis und Verständigung in beide Richtungen.

Website und Social Media

DIALOG MILCH-Website: Technisch neu und optisch frisch

Ein notwendiges, technisches Update für die Webseite dialog-milch.de wurde genutzt, um die Seite neu zu strukturieren und die Inhalte für Besucher der Seite übersichtlicher zu präsentieren. Neben aktuellen Themen und Dialogformaten, erhalten Verbraucher und interessierte Journalisten und Blogger auf dialog-milch.de durch Hofreportagen besondere Einblicke in die tägliche Arbeit von Milchkuhhaltern und Milchkuhhalterinnen und ihre unterschiedlichen Hofkonzepte.

Im Bereich Milchtrinker wird die Vielfalt der Milch dem interessierten Verbraucher aus den verschiedensten Blickwinkeln nähergebracht. Neu auf der Website ist der Podcast StadtLandKuh, bei dem ein junger Städter mit viel Neugier und Humor das Landleben erkundet und Experten zu Themen rund um die Milch befragt. Bewährte und beliebte Elemente wie das Milchlexikon

finden sich weiter auf der neu konzipierten Webseite, die durch kürzere Ladezeiten insbesondere beim Foto- und Video-Content deutlich benutzerfreundlicher ist.



Social Media vom Hof: Auf Augenhöhe von anderen lernen

Vor 15 Jahren waren Landwirtinnen oder Landwirte mit einer Kamera im Kuhstall noch Exoten. Doch die Zeiten ändern sich – immer mehr Höfe sind in den Social Media präsent und zeigen, wie Landwirtschaft heute funktioniert.

DIALOG MILCH ging im Herbst 2023 für ein Lernen auf Augenhöhe mit dem Milkfluencer-Treff für junge Landwirte an den Start. Um den Teilnehmerkreis nach der erfolgreichen Premiere auf dem Krewelshof in Mechernich zu erweitern, gab es im Januar 2024 eine zweite Runde für die Milkfluencer als Webinar-Reihe. An vier Mittwochnachmittagen waren jeweils zwischen 28 und 43 interessierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer online dabei. Für alle, die dennoch keine Zeit hatten teilzunehmen, sind die Aufzeichnungen der kostenlosen Webinare auch im YouTube-Kanal @dialogmilch jederzeit aufrufbar.

Öffentlichkeitsarbeit

2. Milkfluencer-Treff im April 2024 auf dem Arla Innovationshof in Kamp-Lintfort

Der Milkfluencer-Treff für junge Milchkuhhalterinnen und Milchkuhhalter, die Interesse an innovativen Ansätzen für ihre Hof-PR haben, setzte dabei auch im Jahr 2024 auf das Prinzip des Best Practice und des voneinander Lernens auf Augenhöhe. Als perfekter Ort für den Austausch diente der Arla Innovationshof in Kamp-Lintfort der Familie Anhamm. Nach Einblicken in aktuelle Trends im Bereich Social Media und den Impulsen von Landwirtin Marie Brünemann (@agrarmarie) und Barbara Meuwissen (@landwirtschaft_meuwissen) stellte Landwirt Kevin Anhamm gemeinsam mit Vanessa Haag von Arla Foods Deutschland das Konzept des Arla Innovationshofs vor und führte über seinen Hof. Ein Highlight war dabei die neue automatische Fütterungsanlage. Über sich selbst hinauszuwachsen, Selbstbewusstsein und Wertschätzung zu gewinnen und am Ende dabei auch noch viele tolle Leute kennenzulernen, nennt Marie Brünemann als Gründe für ihr Engagement in den Social Media. Der 2. Milkfluencer-Treff auf dem Hof Anhamm hat genau diese Punkte für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfüllt, so die Resonanz am Ende der Veranstaltung.



Raus aus der Agrar-Bubble: Milkfluencer-Touren machen regionale Milchwirtschaft erlebbar

Während die Milkfluencer-Treffs für junge Landwirte die Medienkompetenz in der Branche weiter ausbauen helfen und junge Landwirte vernetzen, geht es bei den Milkfluencer-Touren, die 2024 erstmals angeboten wurden, darum, Menschen außerhalb der „Agrar-Bubble“ zur erreichen und Einblicke in die regionale Milchwirtschaft zu geben. Nach der erfolgreichen Premiere Ende Juni 2024 in der Eifel, länderübergreifend zwischen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz, setzte die E-Bike-Tour im Sauerland/Upland zwischen NRW und Hessen die Reihe im Herbst 2024 fort.

Kuh-le Eifeltour mit Campervans: von NRW nach Rheinland-Pfalz

Agri-Creator und Blogger aus dem Food- und Lifestyle-Bereich waren Ende Juni 2024 drei Tage mit Campervans von Hof zu Hof durch die Eifel unterwegs. Neben jeder Menge „Kuh-Content“ in Stories und Beiträgen in den Social-Media-Kanälen der Teilnehmer, gab es immer wieder Aha-Momente, z. B. als Lukas Dahmen vom Antoniushof in Mechernich erklärte, dass die auffälligen blauen Ohrmarken seiner Kühe nichts anderes als Fitness-Tracker sind, mit denen er direkt auf dem Handy sehen kann, wenn es einer Kuh mal nicht so gut geht.

Family- und Lifestyle-Bloggerin Dajana Leppin (@mitkinderaugen) war bereits nach dem ersten beiden Hofbesuchen der Tour begeistert, wie inzwischen Technik in den Ställen das Leben für Mensch und Tier angenehmer gestaltet – von automatischen Kuh-Bürsten für den „Wellness-Effekt“ bis zum Futteran-



schiebe-Roboter für einen erleichterten Arbeitsalltag. Weitere „Learnings“, die sie nach dem Wochenende in einem Instagram-Post für ihre 10,7 Tsd. Follower zusammenfasste: „Es arbeiten unfassbar coole und junge Leute in der Landwirtschaft“, und: „Menschen in landwirtschaftlichen Berufen brennen dafür und arbeiten mit sehr viel Leidenschaft.“ Auch lernte sie: „Es gibt nicht nur einen `richtigen` Weg.“ Auch für die Landwirte und Landwirtinnen war das Wochenende ein Gewinn. Basti Bützler, Landwirt des Jahres 2023 und selbst Agri-Influencer (@bastbu) ging ab Samstag



mit auf Tour. „Es war mir ein Fest“, resümierte er und freute sich über die neuen Impulse und Einblicke in andere Betriebe. Agri-Creatorin Anna Lou Schneider (@reallife_lou) fasste die für sie sehr lehrreiche Milkfluencer-Campervan-Tour so zusammen: „Es war was anderes, es war ´ne bunte Mischung ... und ich hoffe auf Wiederholungsbedarf.“

Mit der „Milkfluencer-E-Bike-Tour“ von NRW nach Hessen

Nach der erfolgreichen Premiere in der Eifel, wurde im Rahmen von DIALOG MILCH Ende September 2024 die „Milkfluencer-E-Bike-Tour“ rund um Brilon und Willingen angeboten – länderübergreifend von Hessen nach NRW. „Das Thema Landwirtschaft ist normalerweise nicht mein typischer Content“, betonte Creatorin und Mentalcoach Paula Riegel (@paulariegel). Doch sie war neugierig und war deshalb bei der Tour dabei. Auf dem Weg von Milchhof zu Milchhof mit einem Stopp bei der Upländer Bauernmolkerei ging es für sie und die anderen Creator aus dem Agrar-, Food- und Lifestyle-Bereich an zwei Tagen auch ganz nebenbei von NRW nach Hessen. Denn die

Öffentlichkeitsarbeit



Tour im Rahmen von DIALOG MILCH (@dialogmilch) wurde von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. und der Landesvereinigung Milch Hessen e. V. organisiert und vom Verein zur Förderung der Milchwirtschaft e. V. finanziert.

Food-Blogger Alex Bahn (@eat_drink_enjoylife), der am Abend im gemeinsamen Quartier für alle Teilnehmer ein perfekt abgestimmtes, herbstliches Menü zauberte, lernte direkt bei der ersten Station, dem Bioland-Betrieb Milchhof Schmidt in Brilon-Rösenbeck, wie die vier Mägen einer Kuh funktionieren und dass es auch Kühe gibt, die genetisch bedingt keine Hörner haben. Echte Highlights auf dem Milchhof Schmidt: Der Besuch auf der Weide und ein Gruppenbild mit Kühen als Fotobomber. Beim Besuch des „Upländer Milchmuhseum“, bei dem es um Historie und Gegenwart der Upländer Bauernmolkerei ging, wurde gemeinsam Butter hergestellt und anschließend verkostet.

„Ein kuh-les Wochenende“, fand am Ende der Tour Agri-Creatorin Pauline Krämer (@pauline_kra) und traf damit das Gefühl, mit dem alle Teilnehmer nachhause fuhren. Auch Marie Brünemann (@agrarmarie), die



schon im Sommer in der Eifel mit auf Tour war, konnte wieder neue Aspekte der Milchwirtschaft kennenlernen, die sie für ihre Aufklärungsarbeit auf Instagram nutzen wird. So will sie in Kürze ein Video zu den Vor- und Nachteilen von Weidehaltung posten. Schließlich gibt es viele Wege, Landwirtschaft verantwortungsvoll, nachhaltig und tierwohlgerecht zu betreiben. Gegen eine einseitige Sicht spricht sich auch Paula Riegel aus, die in ihrer Instagram-Story schreibt: „In der Diskussion um Ernährung und Landwirtschaft wird oft in Extremen gedacht: Entweder man ist vegan und strikt gegen jede Form von Tierhaltung, oder man interessiert sich nicht wirklich dafür, wo die Lebensmittel herkommen. Dieses Schwarz-Weiß-Denken lässt aber viele wichtige Aspekte außer Acht. ...“ Diese Aspekte vor Ort zu entdecken und sich selbst ein Bild zu machen, dafür stehen die Milkfluencer-Touren im Rahmen von DIALOG MILCH.



Journalistenansprache

DIALOG MILCH beim NRW-Journalistentag: Gemeinsam für eine starke Demokratie

Im Rahmen der Journalistenansprache „zwei Branchen – ein Dialog #2B1D“ beteiligte sich DIALOG MILCH erneut am Journalistentag des Journalistenverbandes NRW (DJV). „Wie können wir den Kitt zusammenrühren, der unsere Gesellschaft zusammenhält?“, fragte Andrea Hansen, zum Auftakt der Veranstaltung am 23. November 2024 in Dortmund. In der Brown-Bag-Diskussion am Info-Stand von DIALOG MILCH wurden dazu Herausforderungen und Lösungsansätze engagiert diskutiert. Unter dem Titel: „Land in Sicht! Landwirtschaft und Journalismus für starke ländliche Räume“, diskutierten Jutta Kuhles, Vorsitzende des Rheinischen Landfrauenverbandes und Volkmar Kah, Geschäftsführer des DJV NRW. Der DJV-Journalistentag ist die größte Branchenveranstaltung in NRW mit jährlich rund 500 Teilnehmern.



Öffentlichkeitsarbeit



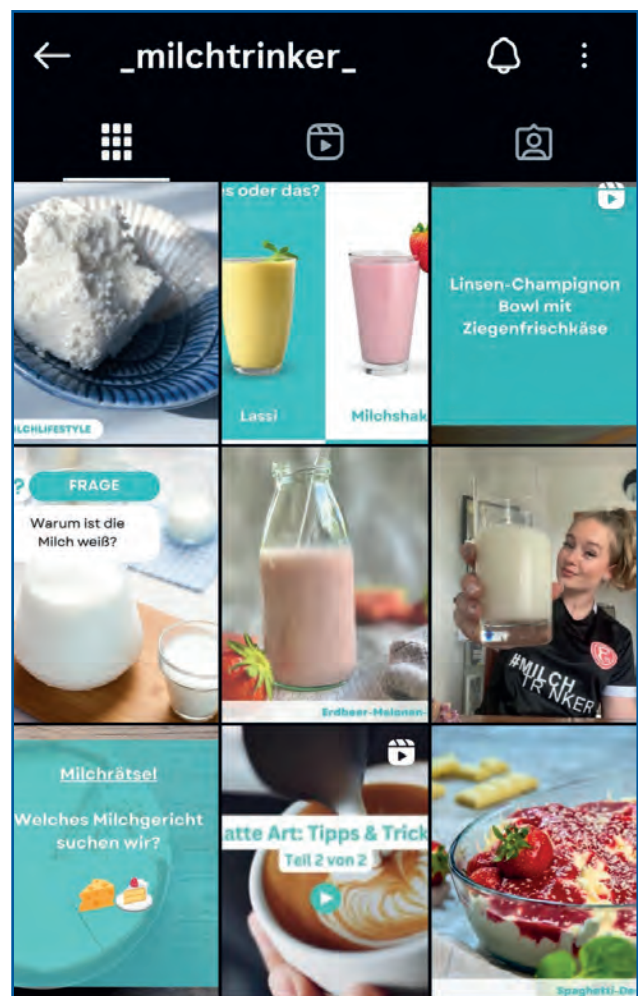
B. #Milchtrinker

Im Projekt „#Milchtrinker“ werden gezielt Endverbraucher und Multiplikatoren zu den Themen Gesundheit, Sport, Ernährung und Freizeit angesprochen. 2024 wurden für die Verbraucheransprache die beiden Schwerpunkte Social Media und Radiobeiträge gewählt.

Social Media

Sehr erfolgreich wurde im Jahr 2024 die Präsenz von #Milchtrinker auf Facebook und Instagram fortgeführt. Mit Beiträgen zum Thema Warenkunde, zu Lifestyle-Themen, Ernährungsfakten mit Rezeptideen und Umfragen sowie Gewinnspielen wurden Verbraucher zum Thema Milchgenuss angesprochen. Durch die Kooperation mit zwei Influencerinnen aus dem Foodbereich wurden abwechslungsreiche Beiträge zu Trend-Themen generiert. Das Genuss-Thema „Milcheis-Rezepturen“ am Tag der Milch (1. Juni) sowie das Familienthema „Babyccino“ im November waren beide sehr beliebt. Kombiniert mit dem passenden Gewinnspiel auf dem Milchtrinker-Kanal erzielten beide Influencer-Realisationen sowohl eine hohe Reichweite als auch positive Kommentare. Der Insta-

gram-Kanal erreichte insgesamt zum Jahresende fast 3.200 Follower, was einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr von 28 % entspricht, und erzielte eine Reichweite von über 241.000. Der Facebook-Auftritt hatte Ende des Jahres mehr als 18.400 Follower und konnte somit das hohe Niveau von 2023 noch um 5 % übertreffen. Insgesamt konnte in 2024 hier eine Reichweite von 457.500 realisiert werden.



Kooperation mit Fortuna-Handball-Jugend

Um gezielt junge und sportlich begeisterte Menschen anzusprechen, wurde die seit langen Jahren bestehende Kooperation mit den Handball-Jugend von Fortuna Düsseldorf verlängert. Die Fortuna-Kooperation erfolgte in 2024 zum ersten Mal mit der gemischten E-Jugend Mannschaft des Vereins. Da die



jüngeren Spielerinnen und Spieler in der Regel noch von ihren Eltern begleitet werden, konnte man mit diesem Wechsel „junge Eltern“ als neue Zielgruppe gewinnen. Im monatlichen Posting vom E-Jugendteam in roten Milchtrinker-Trikots wurde Handball und Ernährung mit Milch in den Mittelpunkt gesetzt.



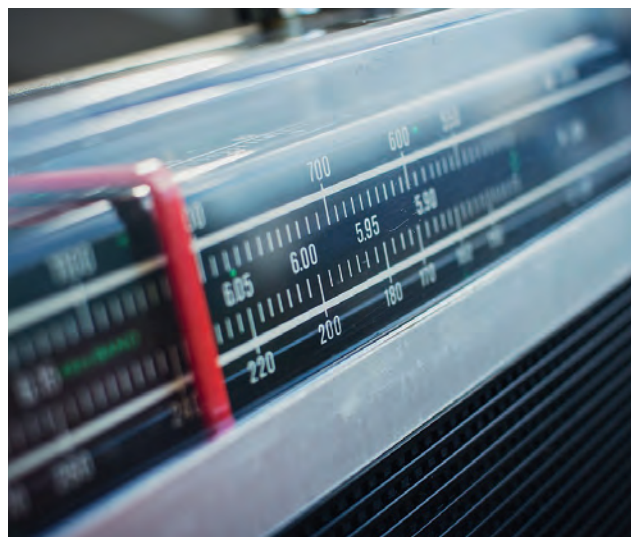
Radiobeiträge

Über Radio-PR kann eine breite Zielgruppe erreicht werden. Im Jahr 2024 wurden drei wichtige Themen rund um Milch und Milchprodukte für den Hörfunk aufbereitet kommuniziert. Der geplante vierte Beitrag konnte wegen des Ausfalls der Agentur nicht realisiert werden.

Die Themen der Radiospots waren:

- Radiobeitrag 1 „Kaffeespezialitäten mit Milch“ – Januar 2024
- Radiobeitrag 2 „Grillen mit Käse“ – April 2024
- Radiobeitrag 3 „Milcherzeugung – Interview mit Landwirtin Marie Brünemann“ – September 2024

Insgesamt wurden die Beiträge von 146 Sendern ausgestrahlt und eine Reichweite von fast zwölf Millionen Hörern erzielt. Zusätzlich wurde über einen Maternedienst für Print- und Onlinemedien eine Leserschaft von über vier Millionen erreicht.





C. Landgemachtes

Rezeptportal „Landgemachtes“

Auf dem Rezeptportal www.landgemachtes.de stellen seit 2017 Landfrauen aus Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen in Videos und Rezepturen leckere, alltagserprobte Gerichte mit Milch und Milchprodukten vor. Zusätzlich werden in der Rubrik LandTIPPS Informationen und Tutorials zu Grundrezepten, Warenkunde sowie Tipps für ein perfektes Kochergebnis gegeben. Seit 2023 finden sich in der Rubrik Homestorys Einblicke der Landköchinnen in ihrem Hof-Alltag.

Im Mai 2024 wurden beim Dreh der Rezeptvideos 48 Gerichte zubereitet. Weiterhin entstand in 2024 eine neue Homestory von Landköchin Iris Niermeyer auf ihrem Hof im Mühlenkreis in Minden Lübbecke. Die Webseite hatte insgesamt 528.500 Besucher und

über 1.175.000 Seitenaufrufe. Letzteres entspricht eine Steigerung im Vergleich zum Vorjahr von 38 %.

Landgemachtes auf Instagram und YouTube

Ebenso positiv entwickelten sich von Landgemachtes die Social Media Kanäle Instagram und YouTube. Bei Instagram wurde mit insgesamt 3.370 Followern eine siebenprozentige Steigerung im Vergleich zum Vorjahr erzielt. Die Reichweite belief sich auf über 95.000 Views. Mit 17.332 Abonnenten zum Jahresabschluss konnte der YouTube-Kanal eine zehnprozentige Steigerung zum Vorjahr verzeichnen. Fast 490.000 Aufrufe wurden erzielt.

Landgemachtes trifft die Tafel

Im November 2024 trafen sich erfahrene Landköchinnen und Vertreterinnen der Tafel Gütersloh zu einem Kochduell, um aus Lebensmitteln aus den Ausgabe-stellen der Tafel kreative Gerichte ohne vorgegebene Rezepturen zu zaubern. Die zentrale Fragestellung des Kochevents: Wie können die zur Verfügung stehenden Lebensmittel sinnvoll und alltagstauglich zu ausgewogenen, leckeren Mahlzeiten verarbeitet werden? Die beiden Teams stellten sich der Herausforderung, wagten neue kulinarische Wege und setzten auf Spontaneität und Geschmack. Fazit des Abends war die Erkenntnis, dass es in der Verantwortung jedes Einzelnen liegt, mit Lebensmitteln wertschätzend umzugehen, um Ressourcen im Alltag zu schonen.

Neue Rezeptbroschüre „EmpfehlensWert“

In der neuen Rezeptbroschüre werden passend zum „Tafel“-Event Tipps und Rezepte vorgestellt, um sich „gut, gesund, günstig und lecker“ zu ernähren.



D. Milchcup

Das Tischtennisrundlauf-Turnier „Milchcup“ ist ein sportlicher Wettbewerb für 8- bis 12-jährige Schüler mit Event-Charakter, der eine der beliebtesten Sportarten aufgreift. Die Veranstaltung genießt ein hohes Ansehen in der Lehrerschaft und hat einen hohen Bekanntheitsgrad.

Das Wissen zu ausgewogener, gesunder Ernährung mit Milch und Milchprodukten wird durch den Milchcup in Kombination mit Sport vermittelt. Im Rahmen des Turniers erhalten die Lehrer Informationen zum Thema Milch und können dieses Wissen an Schüler und Eltern weitergeben.

Im Jahr 2024 nahmen etwa 33.000 Schülerinnen und Schüler aus 218 Schulen teil. Mit der Maßnahme Milchcup konnte in 2024 eine Reichweite von über 732.000 erzielt werden.



E. Lottes Bewegungspause

Im Programm Bewegungspause mit Milchmaskottchen Kuh Lotte wird Wissen zur gesunden Ernährung in Kombination mit Bewegung vermittelt. Auch hier erhalten Lehrer und Schüler im Rahmen des Programms Informationen zum Thema Milch. Das umfangreiche Programm schafft Abwechslung im Schulalltag und bietet Lehrern Ideen zur Fortführung im Unterrichtsaltag. In einem Quiz-Teil werden spielerisch Lerninhalte transportiert.

Im Jahr 2024 nahmen über 6.300 Schulkinder aus 28 Einrichtungen an dem Projekt teil. Mit der Maßnahme Lottes Bewegungspause konnte in 2024 eine Reichweite von 218.400 erzielt werden.



Evaluation 2022 - 2024

Wir machen und lieben Milch.

Deshalb liegt es uns am Herzen, dass die Milch am Markt so viel Liebe bekommt, wie sie es verdient.

Mit echter Transparenz und wertvollem Wissen.

Und mit leckeren Ideen, die für alle was bewegen.

Milchmacher 2022-2024



Wie überzeugen wir immer mehr Meinungsmacher und Milchtrinker?

Der Tröpfchen-für-Tröpfchen-Effekt

Wie steigern wir Wertschätzung und wecken noch mehr Lust auf Milch?

Der Gute-Bu Effekt

Wir schaffen Milchverständnis und beantworten Kritik mit Transparenz.

DIALOG MILCH hat es sich zur Aufgabe gemacht, Themen und Fragestellungen rund um die Milchwirtschaft aufzugreifen und mit Journalisten sowie mit Verbrauchern zu diskutieren.

Begleitet und ergänzt wurden die Veranstaltungen durch Hofreportagen, die auf den Social Media-Plattformen ausgespielt wurden. Mit Aktionen auf dem „NRW Journalistentag“ und bei „Besser Online“ wurden die richtigen Multiplikatoren für den Austausch erreicht.

TikTok und Instagram wurden erfolgreich als neue Plattformen eingeführt, um lebendige Einblicke in die moderne Milchkuhhaltung zu geben und so neue Zielgruppen zu erreichen.



Wir machen Verbraucher zu Followern und Milch zum Ernährungs-Lifestyle-Trend.

Mit Beiträgen zum Thema Warenkunde, zu Lifestyle-Themen, Ernährungsfakten mit Rezeptideen und Umfragen sowie Gewinnspielen wurden Verbraucher erfolgreich zum Thema Milchgenuss angesprochen.

Das Budget wurde effektiv eingesetzt. Die Reichweiten-Ziele, insbesondere beim Hörfunk, wurden stets stark übertroffen. Zudem stiegen die Followerzahlen auf den Social Media-Plattformen kontinuierlich an.



Wir haben die Rezepte für die Wertschätzung regionaler Genüsse.

Auf der Webseite www.landgemachtes.de haben Landfrauen aus NRW und Niederlande Rezepte und Tipps rund um Milchprodukte. Die Plattform bietet YouTube-Videos, Tutorials und Social Media, um regionale Spezialitäten zu bewerben und Wissen zu Milchprodukten zu teilen.

Es wurde erfolgreich ein Branding bei Verbrauchern für die Wertschätzung von Milch und Milchprodukten geschaffen, indem regionale, bodenständige Rezepte für Milch angeboten wurden. Durch Kommunikation, eine stetig wachsende Followerzahl und Vernetzung wurden Informationen, Inspiration und Motivation leicht verfügbar gemacht. Zudem wurden gezielt neue Zielgruppen angesprochen. Durch Interaktionen genutzt, um ein positives Stimmungsbild zu erzeugen.



ir die
ng
n mehr
h?

Wie machen wir
immer mehr
Kinder milchfit?

utter-

Der Milchshake- Effekt

Wie können
wir immer
wieder frisch
aufschlagen?

Der Schlagsahne- Effekt

ote
hätzung

Unsere Milchbewegung macht Schule – für Wissen & Bewegung.

Milchmaskottchen Kuh Lotte brachte Bewegung in den Schulalltag und gab Lehrern Anregungen für den Unterricht. Es vermittelte in Kombination mit Bewegung Wissen über gesunde Ernährung mit Milchprodukten. Der Show-Charakter begeisterte Schüler und Lehrer gleichermaßen.

Im Rahmen der Aktion konnte eine große Anzahl an Anmeldungen verzeichnet werden, welche den durchführbaren Jahresumfang überstieg. Dadurch wurde das Ziel der erreichten Kontakte übertroffen, was den Erfolg der Maßnahme unterstreicht. Zudem haben einige Teilnehmer, obwohl die Veröffentlichung von Beiträgen freiwillig ist, aktiv Beiträge erstellt, was das Engagement und die Begeisterung innerhalb der Community zeigte.



Unsere Milchbewegung macht Schule – für Geschick & Bewegung.

Der Milchcup ist ein spannendes Tischtennis-Rundlauf-Turnier für 8- bis 12-jährige Schüler. Das Turnier greift den Trend dieser beliebten Pausensportart auf und begeistert jedes Jahr weitere Teilnehmer. Es genießt hohes Ansehen bei Lehrern und hat Event-Charakter.

Eine starke und regelmäßige Ansprache der Schulen führte in den drei Jahren zu einer sehr positiven Steigerung der Teilnehmerzahlen. Das Projekt Milchcup ermöglicht es, Kinder frühzeitig als „Kunden von morgen“ mit Milch und Milchprodukten in Kontakt zu bringen, während Lehrer als wichtige Multiplikatoren fungieren.

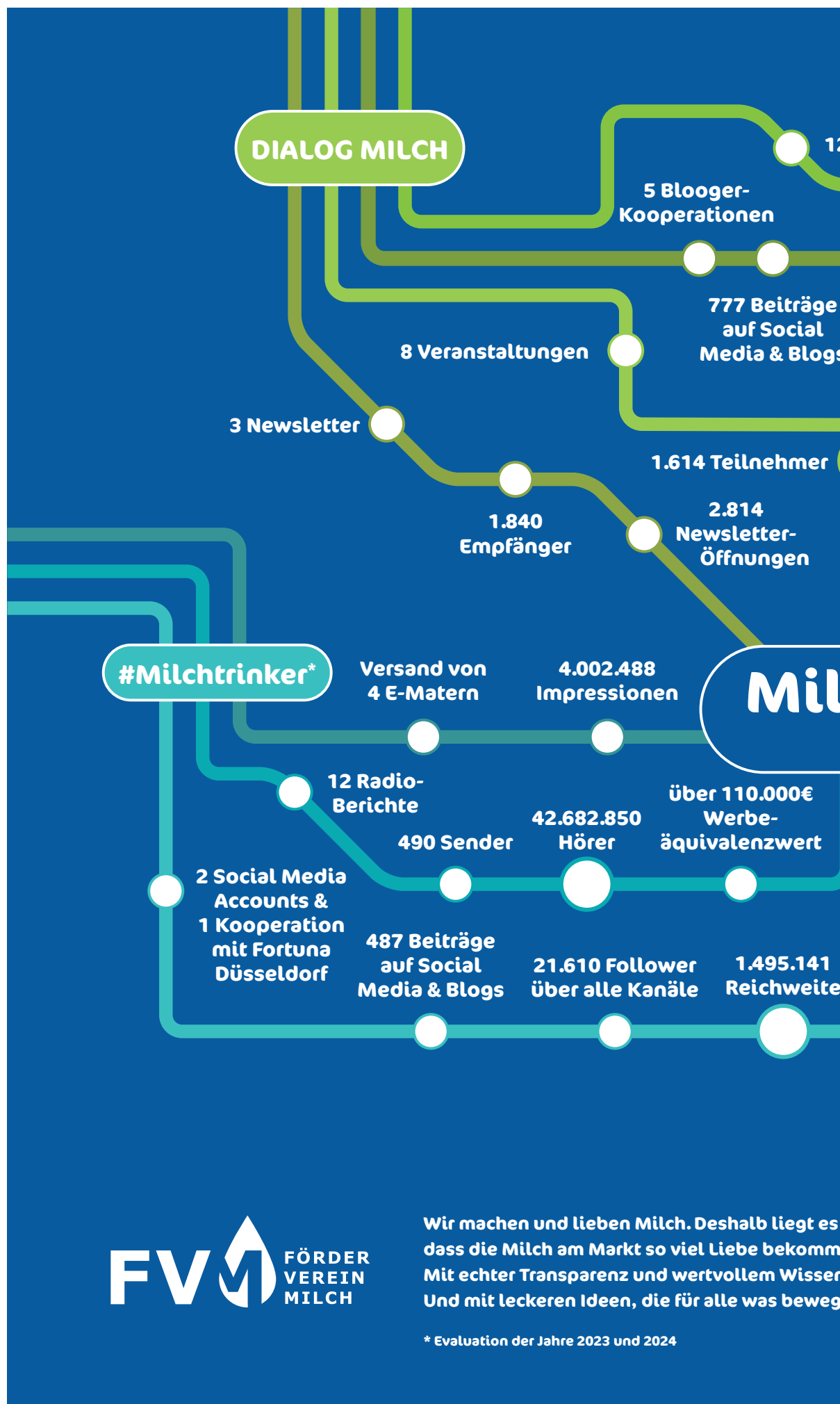
Milch-
cup

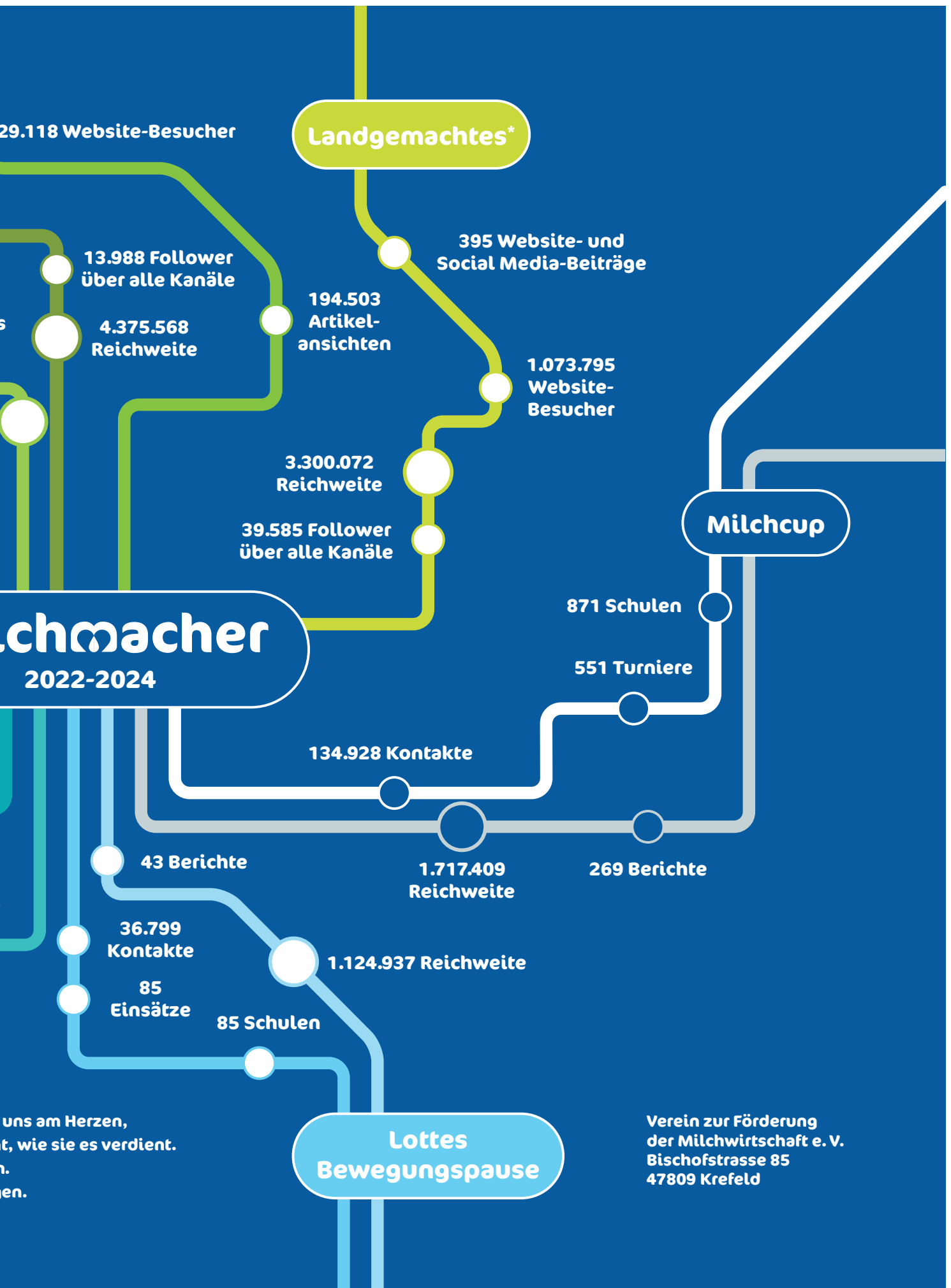
Milchmacher 2022–2024

Verein zur Förderung der
Milchwirtschaft e. V.
Bischofstrasse 85
47809 Krefeld

FV FÖRDER
VEREIN
MILCH

Evaluation 2022 - 2024





Verein zur Förderung der
Milchwirtschaft e.V.



Bischofstraße 85
47809 Krefeld

Telefon 021 51 | 41 11-400

Telefax 021 51 | 41 11-499

info@foerderverein-milch.de

www.foerderverein-milch.de

