



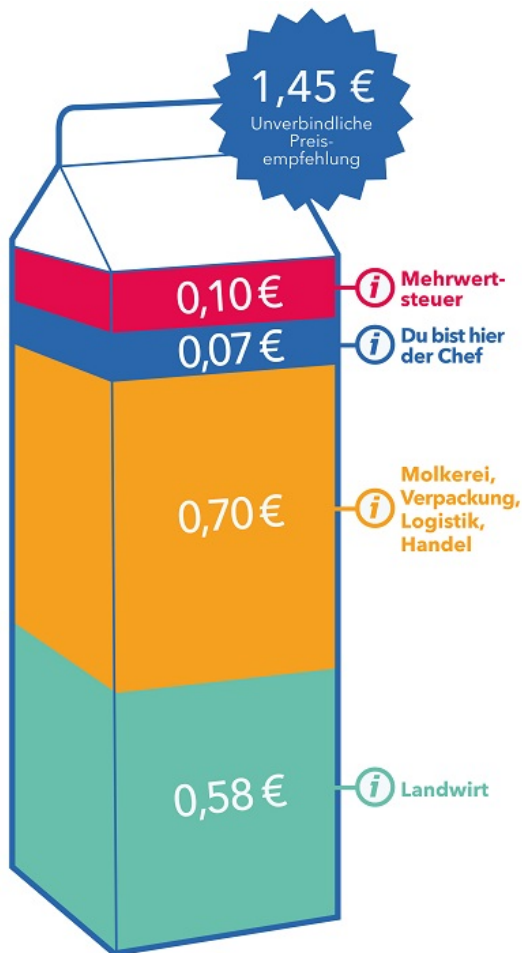
"Unser Weg zur Fairness"

Welche Milch wollt ihr haben? Darüber durften Verbraucherinnen und Verbraucher beim Projekt "Du bist hier der Chef!" entscheiden. Welche Kriterien - vom Tierwohl über die Art des Futters bis hin zur fairen Bezahlung des Bauern - sind besonders wichtig? Und welcher Preis resultiert daraus? Heute kommt die erste Verbraucher-Milch in den Handel. Und sie stammt von Bioland-Höfen. Wir haben mit Initiator Nicolas Barthelmé gesprochen.

Bei "Du bist hier der Chef!" dürfen die Verbraucher bestimmen. Was macht die Kampagne so vielversprechend? Nicolas Barthelmé: Das Innovative ist, dass die Verbraucher entscheiden. Wir schaffen Transparenz bei Qualität und Preis und wir lassen die Leute wählen. Das ist unser Weg zu Fairness, zu einer höheren Wertschätzung für Lebensmittel und die Landwirte. Und letztendlich auch zu einer höheren Zahlungsbereitschaft. Wie und wo kann der Verbraucher teilnehmen? Barthelmé: Es gibt unterschiedliche Mitmach-Möglichkeiten: Das Produkt-Voting auf der Webseite ist immer zugänglich. Dort entscheiden die Kunden, mit welchen Erzeugnissen wir weitermachen. Dann haben wir die Produktfragebögen. Darüber hinaus kann man dem Verein beitreten und hat als Vereinsmitglied die Möglichkeit, uns bei wichtigen Terminen zu begleiten. Beim ersten Gespräch mit Rewe zum Beispiel waren

Verbraucher dabei, das war sehr spannend. Als Vereinsmitglied kann man zudem an Kontrollbesuchen teilnehmen. Und warum sollte man mitmachen? Barthelmé: Um ein Zeichen für Fairness und Transparenz zu setzen, für gute, fair gehandelte Produkte, für Qualität ohne Dumping. Was erwarten Sie von den Verbrauchern? Barthelmé: Wir setzen komplett auf Vertrauen. Wir vertrauen darauf, dass die Verbraucher sich im Fragebogen tatsächlich für die faire Vergütung entscheiden; wir vertrauen darauf, dass die Leute, die mitgemacht haben, nachher das Produkt tatsächlich kaufen, uns unterstützen und Mundpropaganda machen. Wie in Frankreich arbeiten wir ohne klassische Werbung und ohne Vertrieb.

Was dahinter steckt



Die Initiative entstand 2016 in Frankreich. Als es den Milchbauern bei miserablen Preisen sehr schlecht ging, haben die Gründer von „C’est qui le patron?“ („Wer ist der Chef?“) einen Fragebogen ins Netz gestellt und Verbraucher gefragt: Welche Milch wollt ihr haben? Danach wandten sich die Initiatoren an eine Milchgenossenschaft, die kurz vor der Pleite stand, und begannen mit etlichen Landwirten und einer Molkerei, genau diese Milch zu produzieren. In Frankreich wurde das ein großer Erfolg. Nicolas Barthelmé hat die Initiative nach Deutschland geholt, und hier ist die Frage nach dem Patron schon im Namen beantwortet: „Du bist hier der Chef!“ heißen die Marke und der zugehörige Verein. Die erste Milch, bei der Verbraucherinnen und Verbraucher über die Herstellungsweise entscheiden durften, ist ab dem 20. Juli in Rewe-Märkten im Rhein-Main-Gebiet im Angebot. Produziert wird sie von vorerst 13 Lieferanten der Upländer Bauernmolkerei. Der Clou des Konzepts ist, dass die Verbraucher im Vorfeld auf einem Fragebogen wählen können, welche Kriterien ihnen besonders wichtig sind, vom Tierwohl über die Art des Futters bis hin zur fairen Bezahlung des Bauern. Je nachdem, welche Wunschkriterien sie anklicken, sehen sie auf der Homepage, welcher Ladenpreis daraus resultiert.

Wie werden überhaupt die Kriterien, die zur Wahl stehen, festgelegt? Barthelmé: Die Kriterien sind das Ergebnis einer Zusammenarbeit im Vorfeld mit Verbrauchern, mit Landwirten und Verarbeitern. Im Fall der Milch habe ich die ersten Vereinsmitglieder über Social Media und Newsletter gefragt, welche Themen sie beschäftigen. Ähnliche Fragen haben wir mit der Molkerei und mit den Landwirten besprochen. Daraus entstand eine Liste mit Prioritäten. Beim Fragebogen für die Eier, der so gut wie fertig ist, sind wir genauso vorgegangen. Auch die Landwirte können Themen nach vorne bringen. Beim Kriterium Tierwohl haben sie beispielsweise dafür gesorgt, dass der Tiergerechtheitsindex aus Österreich aufgenommen wurde. Damit ist die Upländer die erste Molkerei in Deutschland, die das anwendet. Das finde ich total spannend. Die Idee zum Projekt stammt aus Frankreich. Sind die Kriterien dort dieselben wie in Deutschland? Barthelmé: Nein, es gibt Fragen, die ähnlich sind, zum Beispiel bei der fairen Bezahlung für die Bauern. Ob die Milch bio sein soll oder konventionell wurde in Frankreich zum Beispiel nicht abgefragt. In Frankreich sind die meisten Produkte der Marke „C'est qui le patron?“ tatsächlich nicht bio. Wird das in Deutschland anders sein? Barthelmé: Ich glaube ja. Der deutsche Markt ist bei Bio deutlich weiter als die Franzosen, das hat man bei „Ohne Gentechnik“ auch schon gesehen, das fängt in Frankreich jetzt erst an, in Deutschland ist es fast schon Standard. Wie wird die Einhaltung der Kriterien kontrolliert? Barthelmé: Doppelt. Wir haben einen Verein, man kann Mitglied werden und wer das tut, kann uns bei den Kontrollen begleiten. Wir besuchen die Betriebe, die Molkerei und kontrollieren im Auftrag der Community, wie sie arbeiten und ob sie die Kriterien einhalten. Darüber hinaus werden wir ein externes Prüfinstitut bestellen, das das Ganze für uns kontrolliert. Wie läuft es ab, wenn die Verbraucher gewählt haben? Suchen Sie dann Landwirte und einen Verarbeiter aus, die das liefern können? Barthelmé: Wir haben schon im Vorfeld mögliche Partner, mit denen wir den Fragebogen vorbereiten, die Kriterien und die Preise besprechen. Idealerweise sind die Partner der ersten Stunde auch die, mit denen wir starten. Das wird aber nicht immer der Fall sein. Die Upländer haben uns von Anfang an unterstützt. Wenn die Leute aber konventionelle Milch gewählt hätten, wären sie draußen gewesen. Für die bundesweite Belieferung suchen wir weitere Molkereien.

Wie ermitteln Sie den Preis für den Landwirt und wie den empfohlenen Ladenpreis? Barthelmé: Dafür haben wir ein Modell und nutzen Eckdaten. Wir berechnen mit den Landwirten, ab wann die Produktion kostendeckend ist und was sie für die weiteren Kriterien wie Tierwohl, Weidehaltung, die Herkunft des Futters und so weiter brauchen. Für unsere jetzige Bio-Milch bekommen die Landwirte 58 Cent. Mit der Molkerei haben wir über deren Kosten gesprochen. Für den Handel machen wir eine Preisempfehlung, indem wir eine übliche Spanne schätzen. Was werden die nächsten Produkte sein? Barthelmé: Eier, Kartoffeln, Mehl, Honig und Butter. Das ist das Top-Ranking der Verbraucher auf unserer Homepage.



Die Milch gibt es vorerst bei Rewe. Wie laufen die Verhandlungen mit so einem großen Partner? Nicolas Barthelmé: Einfach ist das natürlich nicht. Rewe hat uns aber von Anfang an sehr ernst genommen. Dabei hat geholfen, dass sie das französische Projekt und seinen Erfolg kannten. Jeder gute Einkäufer macht seine Hausaufgaben und schaut, welche innovativen Konzepte im Ausland laufen. Rewe selbst hat vorgeschlagen, in der Region Mitte zu starten, man muss ja die Verbraucher abholen, die Initiative und die Produkte Schritt für Schritt bekannt machen. Haben auch andere Handelspartner Interesse gezeigt? Barthelmé: Oh ja. Nachdem die Lebensmittelzeitung über uns berichtet hat, fragen sehr viele an. Viele wollen in den nächsten drei bis vier Wochen starten. Wie das gelingen könnte, müssen wir zuerst mit der Molkerei und den Landwirten besprechen. In Frankreich werden die Produkte „C’est qui le patron?“ schon durch sehr viele Handelspartner vertrieben, wie haben sich hier die Verkaufszahlen entwickelt? Barthelmé: Extrem erfolgreich. Seit dem Start haben wir 210 Millionen Packungen über alle Erzeugnisse verkauft. Mehr als 16 Millionen Franzosen kaufen die Produkte, das ist eine Reichweite von über 20 Prozent. Natürlich hat die Initiative auch von der Corona-Krise profitiert, weil wir uns wie in Deutschland erst einmal auf Grundnahrungsmittel konzentriert haben. Wie geht es nun weiter? Barthelmé: Wir wollen die Milch erfolgreich am Markt etablieren und dann mit den richtigen Partnern auf eine bundesweite Distribution hinarbeiten. Das Milchsoriment soll ausgebaut werden, es wird auch eine fettarme Variante und eine H-Milch geben. Und dann kommen weitere Produkte ins Sortiment.