



Wertschöpfung von Weidemilchprodukten durch Wertschätzung

Weidemilch aus Sicht von ALDI Nord

Weidemilch aus Sicht der NGOs

Greenpeace, Deutscher Tierschutzbund & Co.

Greenpeace fordert:

- Keine Verbrauchertäuschung – wo Alpenmilch oder Weidemilch draufsteht, muss auch Alpenmilch oder Weidemilch drin sein!
- Kein Einsatz von Tierfutter aus Regionen, wo Urwald zerstört wird!
- Keine Gentechnik im Tierfutter!
- Milchprodukte sollten vor allem mit Grünfutter und Weidegras erzeugt werden
- Artgerechte Tierhaltung



Die Weidehaltung gehört zu der artgerechtesten Haltung von **Rindern**. Jedoch kommen nur noch 42 Prozent der Milchkühe auf die Weide. Der Großteil der Milchkühe lebt also das ganze Jahr über im Stall. Auch das **Jungvieh** und **Mastrinder** werden größtenteils ganzjährig im Stall gehalten.



Prioritäten zur Erhöhung des Tierschutzniveaus in der Milchkuhhaltung

Die hier genannten Organisationen sehen die folgenden Punkte als besonders wichtig an, um die Tierschutzstandards in der Milchkuhhaltung zu erhöhen:

1. Keine Anbindehaltung (ohne Ausnahmen)
2. Effektive Betäubung und Schmerzmittelgabe bei der Entornung mittels Sedation, Lokalanästhesie und Schmerzmittelgabe (z. B. nach Empfehlung des [TfV Milchkuh 2019](#))
3. Rückmeldung von tierschutzrelevanten Schlachthofbefunden an die Tierhalter
 - » **Optimal:** regelmäßige Erhebung von Tierschutzindikatoren z. B. nach [KTL](#)
4. Keine Schlachtung trächtiger Rinder
 - » **Optimal:** nach Richtlinie Milchkühe des Deutschen Tierschutzbundes
5. Liegebödenfläche mindestens mit Auflage (Cummimatte) und ausreichend organischer Einstreu, besser Matratze (Tiefboxen)
 - » **Optimal:** Bödengröße anpassen und ausgestatten z. B. nach [DLG Merkblatt 129](#)
6. Tier/Fressplatzverhältnis und Trenn/Liegebödenverhältnis von mindestens 1:1
7. Jährliche Klauenpflege
8. Außenklimareize, bestenfalls durch Zugang zu Laufhof und/oder Weide
9. Stärkere Gewichtung der Merkmale Robustheit, Gesundheit, Langlebigkeit innerhalb der Zucht

Weidemilch aus Sicht des Kunden

Widerspruch zwischen Anspruch und Wirklichkeit



Weidemilch als erfolgreiches Vermarktungskonzept



Beliebtes Mehrwertkriterium der Verbraucher



Erwartungshaltung des Konsumenten vs. Realität



Klicke auf die Sprechblasen für Details.

Übersicht 2: Verbraucheraussagen zur Milchviehhaltung in Deutschland (in %)

Aussage	Stimme (voll und ganz) zu	Teils/teils	Stimme (überhaupt) nicht zu
Kühe brauchen Auslauf an der frischen Luft	82,4	15,1	2,5
Weidehaltung ist für mich die natürlichste Form der Milchviehhaltung	79,3	17,8	2,9
Frisches Gras als Futter macht die Milch gesünder	78,6	19,0	2,4
Eine Landschaft ohne weidende Kühe kann ich mir gar nicht vorstellen	73,4	20,0	6,6
Ich kann mir nicht vorstellen, dass es Kühen, die nur im Stall stehen, gut geht	62,2	26,3	11,5

n = 1009

Universität Göttingen

Weidemilch: Mehrheit der Verbraucher fühlt sich getäuscht

In einer Studie der Universität Göttingen (veröffentlicht in der aktuellen Ausgabe der DLG-Mitteilungen, 10/2015), wurden Verbraucher dazu befragt, was sie von der praktizierten ganzjährigen Vermarktung von Weidemilch halten.

Weidemilch bei ALDI Nord

In der Trinkmilch eine Erfolgsstory

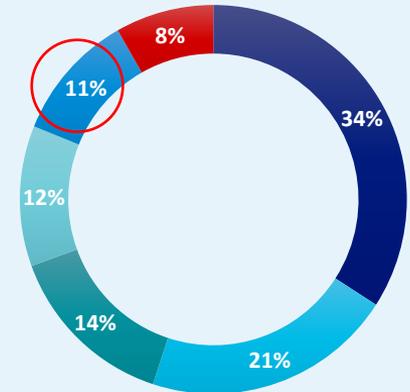


- ❖ **2016:** Regionale Einführung der „Meierkamp“-Weidemilch im Mai 2016 (0,59€/l)
- ❖ **2019:** deutschlandweite Vermarktung als Fair&Gut Weidemilch
- ❖ **2022:** Einführung der Weidemilch in einer weiteren Fettstufe (1,5%)
 - ❖ Aktueller Preis bei 1,45€/l

Frischmilch Absatzmenge in % (ALDI Nord, 2021)



- FRISCHE VOLLMILCH 3,5 % FETT, 1 L
- FETTARME FRISCHMILCH 1,5 %, 1 L
- ALPENMILCH, 3,8% FETT, 1L
- BIO-VOLLMILCH 3,8 %, 1 L
- FRISCHE WEIDEMILCH, 3,5%, 1 L
- BIO-FETTARME MILCH 1,5 %, 1 L



Weidemilchprodukte bei ALDI Nord

Ausweitung auf weitere Produktgruppen



Joghurt mit Weidemilch im Tetrapack (Testartikel 2019)

→ Nicht ausreichend verständlich für den Kunden



Joghurt aus Weidemilch (Testartikel 2021/2022)

→ Preislich über Bio und somit nicht attraktiv



Testweise Auslistung des Preiseinstiegs (seit 04/2022)

- Frischmilch: 8 KG
- H-Milch: 3 KG
- LF Milch: 11 KG bzw. 5 KG (3,8%)



Weiterer Test: Butter aus Weidemilch (Testartikel 07/2022)

ALDI #Haltungswechsel setzt u.a. auf Weidemilch

WIR ÄNDERN DIE HALTUNG AUCH BEI UNSERER MILCH.

BIS SPÄTESTENS 2030 WERDEN WIR UNSERE MILCH* ZU 100 % AUF DIE TIERGERECHTEREN HALTUNGSFORMEN 3 UND 4 UMSTELLEN.

#HALTUNGSWECHSEL

SCHON JETZT
25 % unserer Milch* aus **Haltungsformen 3 und 4**

BIS 2023
40 % unserer Milch* aus **Haltungsformen 3 und 4**

BIS 2024
vollständiger Verzicht auf **Haltungsform 1** sowie Umstellung auf 100 % deutsche Herkunft**

SPÄTESTENS BIS 2030
100 % unserer Milch* aus **Haltungsformen 3 und 4**

Für mehr Tierwohl:

Haltungsform 3 Kontinuierliche Kälberfütterung	Haltungsform 4 Kontinuierliche Kälberfütterung	3 z.B. Bewegungsfreiheit, Frischluft, mehr Platz als Stufe 2, Futter ohne Gentechnik	4 z.B. bei Bio: Auslauf, mehr Platz als Stufe 3, Futter ohne Gentechnik
--	--	--	---

Mehr Infos unter: aldi-nord.de/haltungswechsel oder aldi-sued.de/haltungswechsel

* Bezogen auf Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord & ALDI SÜD) in Deutschland mit Trinkmilch der Eigenmarken; ausgenommen sind Markenartikel.
** Beinhaltet Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.

ALDI **ALDI SÜD**

Jeden Tag besonders – einfach ALDI.

Wir ändern die Haltung bei unserer Milch.

Bis spätestens 2030 werden wir unsere Milch* zu 100 % auf die tiergerechteren Haltungsformen 3 und 4 umstellen.

#Haltungswechsel



* Bezogen auf Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord & ALDI SÜD) in Deutschland mit Trinkmilch der Eigenmarken; ausgenommen sind Markenartikel.

** Beinhaltet Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.

Wir stehen zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung, uns gegenüber der Politik für einen ökologisch und ökonomisch nachhaltigen Wandel einzusetzen.



1. Zügig einen klaren rechtlichen Rahmen für die Transformation der Landwirtschaft geben



2. Finanzielle Perspektiven für Landwirt:innen schaffen



3. Baurecht für Tierwohl-Ställe vereinfachen



4. Verpflichtendes Haltungskennzeichen voranbringen



5. Öko-Landbau fördern



Vielen Dank für Ihr Interesse

Maxi Thinius
Managerin Corporate Responsibility /
Quality Assurance Germany

Maxi.Thinius@aldi-nord.de

