

Analyse von regionalen Vermarktungseinrichtungen für Milch, die eine direkte Unterstützung der heimischen Erzeuger betonen

In den vergangenen zwei Jahren sind verschiedene Initiativen ins Leben gerufen worden, um die Vermarktung regionaler Lebensmittel zu fördern, die mit einer direkten Unterstützung der heimischen Erzeugerbetriebe werben. Beispiele für solche Konzepte mit den Teilqualitäten "regional" und "sozial" finden sich vor allem im Konsummilchsektor. Konsummilch ist für diese Konzepte insbesondere deshalb interessant, weil der Ende Juni 2008 durchgeführte Lieferboykott und andere Protestaktionen der Landwirte die Problematik sinkender Milcherzeugerpreise stark ins Licht der Öffentlichkeit gerückt hat. Außerdem weist Konsummilch einen relativ geringen Verarbeitungsgrad auf, sodass eine hohe Nähe zum Rohstoff und damit auch zum Rohstoffherzeuger gegeben ist.

In diesem Forschungsvorhaben sollen regionale Vermarktungsinitiativen aus dem Milchsektor, die mit einer direkten Unterstützung der heimischen Landwirtschaft werben, untersucht werden. Dabei sollen zunächst in Deutschland und Österreich bestehende Projekte identifiziert und dargestellt werden. Anschließend werden mit Hilfe von Fallstudien an ausgewählten Projekten die Interessen und Erwartungen der verschiedenen Projektbeteiligten (Erzeugungs- und Handelsstufe) untersucht. In einem weiteren Schritt sollen mit Hilfe von Expertengesprächen die Ergebnisse aus den Fallstudien validiert und verallgemeinert werden. Durch Kombination der Ergebnisse aus den verschiedenen Projektbausteinen können am Ende des Projekts Handlungsempfehlungen für die erfolgreiche Umsetzung solcher Vermarktungskonzepte erarbeitet werden.

Projektverantwortliche: Agnes Klein

Projektbeginn: April 2009

Projektende: April 2010

Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten