

Liebe Milchbäuerinnen und Milchbauern, liebe MitstreiterInnen, liebe Engagierte der Fairen Milch,

im Juni möchten wir unseren Newsletter voll und ganz einem besonderen EMB-Projekt widmen: der Fairen Milch. Sie ist der beste und lebende Beweis, dass Milch einen fairen Preis haben kann. Ein Ziel, für das wir uns als EMB europaweit stark machen. Denn wie eine bald erscheinende Kostenstudie zeigt, liegt das Einkommen von Betriebsleitern und Familienarbeitskräften im EU-Milchsektor im Schnitt weit unter Mindestlohniveau. Hinzu kommt das damit zusammenhängende rasante Höfesterben. An dieser Stelle haben die Pioniere der Fairen Milch vor gut einem Jahrzehnt angesetzt und die Vermarktung eines Teils ihrer Milch selbst in die Hand genommen. Es ist die erste und einzige europäische Marke, die von MilchbäuerInnen selbst geführt wird.

Ich staune immer wieder, wie die Projekte und mit ihnen auch ihre ProtagonistInnen über die Jahre gewachsen sind. Heute sind sie ein Eckpfeiler der politischen Arbeit des EMB, aber auch bei der Realisierung umfassender Nachhaltigkeit direkt auf den Betrieben. Denn die Faire Milch ermöglicht auf der wirtschaftlichen Seite, dass pro verkauftem Liter Milch ein Mehrwert an die teilnehmenden ErzeugerInnen geht. Diese kommen so auf einen fairen Preis und können die Existenz ihrer Höfe nachhaltig sichern. Außerdem kann dank der Fairen Milch der direkte Kontakt zwischen LandwirtInnen und KonsumentInnen wieder neugeknüpft werden. Diesen Kontakt stufen alle Faire-Milch-Projekte als essenziell ein und betonen dies auch in den Artikeln dieser Ausgabe. Mit ihrer Präsenz in belgischen, deutschen, französischen, luxemburgischen und schweizerischen (Kühl-)Regalen setzt die Faire Milch außerdem ein starkes Zeichen für kostendeckende Preise in der breiten Öffentlichkeit – und erfüllt damit bereits eine wichtige politische Funktion.

Aber auch auf politischer Ebene hilft uns die Faire Milch enorm weiter, handelt es sich doch um das beste Beispiel, dass eine kostendeckende Milchproduktion sehr wohl möglich ist. In der öffentlichen Wahrnehmung ist die Botschafterin der Fairen Milch, die Faironika, zu einem wichtigen Symbol mit großem Wiedererkennungswert geworden. Sie kommt bei politischen Aktionen, auf Demonstrationen oder bei Gesprächen mit PolitikerInnen zum Einsatz, um auf unsere Forderungen aufmerksam zu machen und an unsere politische Botschaft zu erinnern. Erst kürzlich war die „Justine“, wie sie auf Französisch heißt, zum Weltmilchtag im Brüsseler Europaviertel unterwegs. Diesen Sommer wird sie bei verschiedenen Aktionen unsere eindringliche Forderung nach deutlich besseren Milchpreisen unterstützen.

Ich möchte an dieser Stelle ausdrücklich den tollen Einsatz der Faire-Milch-ErzeugerInnen loben und mich bei ihnen bedanken. Es ist euer und Ihr Verdienst, dass das Projekt in vielen Ländern so toll läuft. Gerade auch den jungen MilchviehalterInnen gibt es Vertrauen und eine Aussicht auf eine nachhaltige Zukunft. Lasst uns daher dranbleiben und dieses wichtige Projekt der wechselseitigen politischen und wirtschaftlichen Stärkung weiter ausbauen!

Sieta van Keimpema, EMB-Präsidentin

EMB Newsletter Juni 2021 Sonderausgabe Faire Milch

- Neuigkeiten von Fairebel, der Fairen Milch aus Belgien
- „Es kommt auf die Gesichter des Projekts an.“
- Hinter der Marke FaireFrance stehen 500 MilcherzeugerInnen
- Meine Reise mit „D’Fair Mëllech“
- Jahresbilanz 2020: Faireswiss entwickelt sich Schritt für Schritt
- Goldenes Highlight im Juli: die Faire-Milch-Konferenz in Luxemburg
- Die Faire Milch auf Social Media

Contact

EMB - European Milk Board asbl

Rue du Commerce 124
B-1000 Brussels

Phone.: +32 - 2808 - 1935

Fax: +32 - 2808 - 8265

office@europeanmilkboard.org
www.europeanmilkboard.org

Neuigkeiten von Fairebel, der Fairen Milch aus Belgien

© Fairebel

Elf Jahre ist es jetzt her, dass ein paar Bauern die Initiative der Fairen Milch in Belgien gestartet haben. Im Oktober 2009 wurde die Genossenschaft von acht Bauern gegründet. Heute sind mehr als 500 Bäuerinnen und Bauern aus drei verschiedenen Sparten (Milch, Obst und Fleisch) in unserer Genossenschaft gebündelt. Seitdem konnte der Absatz jedes Jahr weiter gesteigert werden, so dass wir 2020 mehr als 13 Millionen Liter Milch verkauft haben.

Das heißt für die Mitglieder von Faircoop, der Genossenschaft hinter der Marke Fairebel, dass sie für insgesamt 13 Millionen Liter Milch einen kostendeckenden Preis von 45 Cent je Liter erhalten, was für viele Betriebe einen echten Lichtblick bedeutet.

Leider konnten die Landwirte seit Beginn der Corona-Pandemie keine Verkostungen in den Geschäften durchführen. Aber wir hoffen, dass dies bald wieder möglich sein wird, damit die VerbraucherInnen erneut in Kontakt mit den MilchproduzentInnen von Faircoop kommen können. Die Verkostungen im Einzelhandel sind der Grundpfeiler unseres Marketings, kosten aber auch immer wieder Überwindung, da wir Landwirte es nicht gewohnt sind, auf Leute zuzugehen, um unsere Produkte zu verkaufen. Und doch zahlt sich dieser Einsatz, den jedes Mitglied (in der Regel zu zweit im Laden und mit mindestens einem erfahreneren Mitglied) leistet, letztlich aus. Denn am Ende des Tages gehen wir mit einem guten Gefühl aus dem Geschäft, weil wir eine Palette verkauft und den KonsumentInnen eine Lösung angeboten haben.

Die schwierige Lage der Milchviehbetriebe ist den meisten Kunden bereits durch die politischen Aktionen der letzten Jahre bekannt. Gleichzeitig steigt das Bewusstsein für faire Produkte. Viele haben auf eine Antwort gewartet, welche Milch sie denn nun am besten kaufen sollten, mit welcher Milch sie etwas tun können. Bei der Verkostung schmeckt unsere Faire Milch, die Menschen reagieren positiv auf das gesamte Projekt und stellen andere Milch, die sie vorher schon in ihren Einkaufswagen gelegt hatten, zurück ins Regal.

Dieses Jahr wurden bereits zwei neue Produkte im Handel eingeführt: der Fairebel-Abteikäse in Scheiben (250 g) und Bio-Vanilleeis in der 1-Liter-Packung. Beide Produkte sind bei der Handelskette Colruyt zu kaufen. Weitere Produkte sind auf dem Weg.

Ich hoffe, dass das Jahr 2021 in Bezug auf den Verkauf von Fairebel-Produkten mindestens genauso erfolgreich wird wie 2020 und sich noch weitere MilcherzeugerInnen entscheiden, ihre Zukunft endlich selbst in die Hand zu nehmen und sich unserer Bewegung anzuschließen.

Daniel Hick, Vize-Präsident von Fairebel

„Es kommt auf die Gesichter des Projekts an.“

Andrea, seit wann gibt es euch und welche Produkte habt ihr im Angebot?

Unsere Initiative ist 2010 gestartet. Wir haben mit zwei Sorten haltbarer Milch (3,8% und 1,8% Fett) begonnen und unser Sortiment mit der Zeit um eine laktosefreie Milch (1,8% Fett) und um drei Sorten Käse (Butterkäse, Emmentaler und Bergkäse) erweitert. Und für die kleinen und großen Genießerinnen und Genießer bieten wir einen Vanille-Sahne-Likör und eine Schokoladenmilch an.

Wie seid ihr dabei organisiert?

Zurzeit nehmen etwa 100 Höfe am Programm in Deutschland teil und engagieren sich für „Die faire Milch“. Unsere Bäuerinnen und Bauern sind die Gesichter der Marke: Sie gehen in die Supermärkte, sind für die KundInnen ansprechbar, stehen an Verkostungsständen und machen auf vielen Messen und Veranstaltungen Werbung für unsere Produkte. Organisiert sind sie über die Genossenschaft „fair food eG“. Dort können aber auch VerbraucherInnen Mitglied werden.

Was treibt die ErzeugerInnen an?

Es ist ungemein motivierend, wenn sie den Handel überzeugen, ihre Produkte aufzunehmen. Denn die Identifikation mit dem Produkt ist sehr hoch. Sie sind stolz, dass *ihre* Milch es ins Regal schafft. Bei den Verkostungen erfahren sie von den KonsumentInnen viel Verständnis und Sympathie. Das liegt auch daran, dass mit einem „Gesicht“ zur Milch greifbarer wird, wie die Gesamtsituation auf den Höfen aussieht: „Wir müssen im Stall investieren“ ist verständlicher als ein abstraktes „Milchmarkt stabilisieren“.

Und die VerbraucherInnen, was treibt sie an? Warum investieren sie ins Projekt?

Sie wollen einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Hier helfen die erwähnten „Gesichter“ zum Projekt, denn damit entsteht Nähe und Vertrauen, was natürlich wichtige Faktoren beim Investieren sind. Außerdem können sie aktiv mitgestalten, sie können die allgemeine Richtung der Fairen Milch bei unseren Versammlungen mitbestimmen.

Wie sprecht ihr die VerbraucherInnen an, wie nehmt ihr Kontakt auf?

Vieles läuft über soziale Medien, z. B. über 22.000 Follower auf Facebook zeugen davon. Viele schauen aber auch gezielt auf unsere Internetseite. Es hat sich zudem inzwischen rumgesprochen, dass von billiger Milch niemand leben kann. Dabei ist es aber entscheidend, die Anonymität zu verlassen, hier kommt wieder der direkte Kontakt ins Spiel. Dieser Kontakt liegt natürlich nicht jedem oder jeder. Aber wir erleben auch, was es mit unseren LandwirtInnen macht. Die eigene Überwindung und das Ansprechen der KonsumentInnen fallen viel leichter, sobald sie die direkte, ehrliche Wertschätzung für das erhaltene, was sie leisten, für das hochwertige Produkt, das sie herstellen.

Und wie geht es bei der Fairen Milch in Deutschland weiter, was sind die nächsten Schritte?

Derzeit arbeiten wir an der Entwicklung weiterer Produkte, das ist eine sehr aufregende Phase! Im Juni kommt bereits unsere neue frische Bioweidmilch auf den Markt. Im weiteren Verlauf wird es darum gehen, Geld zu verdienen und unsere Position auszubauen. Vor allem im Norden und Osten des Landes wollen wir neue Mitglieder gewinnen, um den Anfragen der VerbraucherInnen in diesen Regionen besser nachkommen zu können. Insgesamt ist die große Aufgabe für 2021, in der Fläche breiter vertreten zu sein.

Zum Abschluss: Welche Ratschläge würdest du ErzeugerInnen geben, die sich mit der Idee tragen, eine Faire Milch in ihrem Land zu starten?

Ein offener, konstruktiver Austausch zwischen allen Engagierten und Beteiligten von Anfang an ist sehr wichtig. Und das andere Erfolgsgeheimnis, ich wiederhole mich gerne, sind die Gesichter hinter dem Projekt. Man muss deren Geschichte erzählen.

Andrea, vielen Dank für deine Zeit und weiter viel Erfolg mit der Fairen Milch.

Hinter der Marke FaireFrance stehen 500 MilcherzeugerInnen

© FaireFrance

Die französischen LandwirtInnen kämpfen jeden Tag für die Inwertsetzung ihrer Produktion. Bei den Milcherzeugern haben sich 544 aus ganz Frankreich hinter der Marke FaireFrance versammelt, unter der seit 2013 eine 100-prozentig französische Milch vermarktet wird, die den Erzeugern einen

kostendeckenden Preis bringt.

Isabelle Rouyer aus Saint-Paul im Departement Orne (in der Normandie, im Nordwesten des Landes, Anm. d. Red.) gehört zu den Landwirtinnen, die an

der Genossenschaft beteiligt sind.

Morgens auf dem Feld, nachmittags im Supermarkt von E.Leclerc in Flers: Die 47-jährige Milchviehhalterin Isabelle Rouyer teilt ihre Zeit zwischen ihren 80 Kühen und ihrer Arbeit im Vorstand von FaireFrance auf. Sie war 14 Jahre lang in einem Feinmechanik-Unternehmen für die Kostenvoranschläge zuständig, bevor sie einen beruflichen Wandel vollzog und den Sprung in die Landwirtschaft wagte. Seitdem sucht sie mehrere Tage pro Jahr die Begegnung mit den VerbraucherInnen und organisiert Veranstaltungen im Einzelhandel, um die faire Milch von FaireFrance zu bewerben. „Unsere Stärke ist, dass wir Landwirte sind. Die Leute haben den unmittelbaren Kontakt zu den Erzeugern verloren und freuen sich, dass wir wieder in den

Supermärkten anzutreffen sind“, erklärt sie. Isabelle Rouyer kam 2019 zu FaireFrance und kämpft seitdem für eine gerechtere Entlohnung der MilcherzeugerInnen.

Infostände im Einzelhandel

Wie Isabelle Rouyer suchen auch die anderen 500 Landwirte, die Anteile an FaireFrance halten, die Begegnung mit den VerbraucherInnen in Geschäften in der Nähe ihrer Betriebe. FaireFrance ist übrigens die einzige Milchmarke, die solche Auftritte im Einzelhandel organisiert. Mit dem Kauf einer Milchtüte von FaireFrance sichern die VerbraucherInnen den ErzeugerInnen einen Milchpreis von 45 Cent, während die Molkereien die Milch im Schnitt für 31 Cent pro Liter kaufen. „Wir erklären den VerbraucherInnen, was unsere Milchtüten beinhalten. Es ist sehr wichtig, in Kontakt zu bleiben, auch für die Landwirte“, sagt Isabelle Rouyer, für die die Veranstaltungen im Einzelhandel wie ein frischer Wind und eine willkommene Abwechslung sind. Die Landwirte werden zu Botschaftern und wenden sich selbst an die Supermärkte, um ihre Marke zu bewerben. FaireFrance steht dafür ein, dass die Milch zu 100% in Frankreich erzeugt und verarbeitet wird.

Ein fairer Milchpreis

Wir haben 2009 den Milchstreik organisiert und die Landwirte haben den Molkereien ihre Unzufriedenheit über die Milchpreise deutlich gezeigt. Nach diesem Streik war es nicht leicht, eine Partnermolkerei zu finden. Es war ein Glück für FaireFrance, dass die Molkerei Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel im Departement Le Loiret 2013 eingewilligt hat, bei unserer fairen Milch mitzumachen und sie für FaireFrance in unsere Verpackung abfüllt, die im ganzen Land vermarktet wird. Mit nur einer Partnermolkerei bedeutet das konkret, dass die Landwirte, die zu weit vom Standort in Saint-Denis-de-l'Hôtel entfernt sind, ihre Milch weiter an ihre übliche Molkerei liefern müssen. „Lactalis nimmt mir meinen Liter Milch für 32 Cent ab“, erklärt Isabelle Rouyer. Aber dank meiner Standardarbeit im Einzelhandel und meinen Aktionen mit FaireFrance kann ich einen Mehrwert erwirtschaften.“ So konnte 2019 gut eine Million Euro an die MilcherzeugerInnen von FaireFrance ausgeschüttet werden.

Das langfristige Ziel des Unternehmens ist, noch mehr Molkereien, Supermärkte und Verbraucher zu überzeugen, wie wichtig es ist, faire Milch zu kaufen. „Frankreich braucht Bauern, um seine Bevölkerung zu ernähren“, fährt die Landwirtin fort. FaireFrance ist in über 8.500 Verkaufsstellen im ganzen Land gelistet. Die Supermärkte, die diese Milch

anbieten, akzeptieren damit eine geringere Marge. Der Austausch zwischen den Landwirten ist ebenso wichtig, sei es über Tierhaltungsmethoden, Tierwohl oder einfach nur die Stimmung unter den Bauern. „Ich bereue meine Entscheidung nicht im Geringsten. Ich habe mit FaireFrance mein Gleichgewicht gefunden und würde heute für nichts in der Welt einen anderen Beruf haben wollen“, schließt sie.

Mehr Informationen zu FaireFrance: <https://fairefrance.fr/>

Geänderte Fassung eines Artikels, der am 17.03.2021 bei Ouest France erschienen ist.

Meine Reise mit „D’Fair Mëllech“

Als Tochter eines Landwirts haben mich Kühe, Tierhaltung und Milch von Kindheit an begeistert. Nach dem agrar-wissenschaftlichen Gymnasium habe ich einige Jahre bei Herdbuch gearbeitet, einem Viehzüchterdienst. Mein Mann René ist Milchviehhalter, wir haben drei Kinder. Gemeinsam haben wir den Hof meines Schwiegervaters übernommen.

© D’Fair Mëllech

Während der Milchkrise haben wir gemeinsam beschlossen, unsere Milch „wegzuschütten“, sie eine Woche lang nicht an unsere Molkerei zu liefern. Wir wollten für die Zukunft unseres Hofes und unserer Familie kämpfen. Im Jahr 2009 entstanden die Fairkoperativ und die Faire Milch in Luxemburg. Wir waren beim Milchstreik dabei, um Veränderungen gegenüber Politik und VerbraucherInnen zu fordern. Endlich kam etwas in Bewegung und es war Zeit, sich zu engagieren. Für meinen Mann und mich war klar, dass wir bei diesem Abenteuer der Fairen Milch dabei sein wollten.

Die ersten Schritte unternahm Fredy de Martines. Er konnte die Molkerei Luxlait für die Abfüllung gewinnen, und es folgten Geschäftsverhandlungen mit dem Einzelhandel. Unser erstes Produkt war die haltbare Vollmilch, die sich sehr gut verkaufte. Am Ende des gleichen Jahres kam noch die fettarme H-Milch auf den Markt, 2012 folgte die Butter und 2014 Sahne. 2017 haben wir nichtindustriell hergestelltes Speiseeis mit sieben Geschmacksrichtungen, vier Sorten Joghurt und den ersten Luxemburger Brie eingeführt.

Ich kann mich noch an die erste Veranstaltung erinnern, an der ich teilgenommen habe. Es war auf der Agrarmesse an einem winzigen Stand. Ich kam an, bekam ein T-Shirt und gehörte sofort zur großen Familie der Fairen Milch. Danach war ich an vielen Aktivitäten beteiligt. Eines Tages wurde ich angesprochen, mich noch stärker einzubringen, um die Fairkoperativ auszubauen. Ich habe gelernt, Lieferungen zu codieren, Gremienberichte zu erstellen und neue Ideen zu entwickeln, wie zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Fairtrade Lëtzebuerg. So können wir inzwischen drei verschiedene Schokomilchsorten anbieten, die doppelt fair sind – für die Kakao- und die MilcherzeugerInnen: als H-Milch in der 1-Liter- und 330-ml-Packung und als Frischmilch im Halbliterpack.

Ich habe mitgeholfen, die ersten Probleme mit dem Handel zu lösen. Nach einer schlecht vorbereiteten Preiserhöhung hatte uns der größte Supermarkt Luxemburgs drei Wochen lang aus dem Sortiment genommen. Wir haben über die Margen diskutiert: Ist es normal, dass ein Supermarkt mehr Marge berechnet, als die ErzeugerInnen mit all ihren Risiken und Unwägbarkeiten für die Milch bekommen? Der Supermarkt stellt die Produkte ins Regal und hat am Abend das Geld in der Kasse. Das Risiko ist kalkulierbar, aber der Landwirt muss eine Färsche aufziehen, sie besamen lassen und trägt das Risiko der Kalbung. Die Kuh muss mit dem besten Futter versorgt werden, damit sie Milch geben kann. Eine Milch, die an die Molkerei geliefert wird, wohl wissentlich, dass der Preis die Produktionskosten nicht deckt. Das sind Probleme, die es zu lösen gilt! Wir Landwirtinnen und -wirte haben die Möglichkeit, mit unserer „Fairen Milch“ hinter die Kulissen des Handels zu schauen, vor allem der großen Marken.

Seit 2013 sitze ich in allen Gremien. Ich saß bei der ersten Faire-Milch-Konferenz in Ciney neben Berthe Elsen und auch

bei meiner ersten Sitzung des EMB. Ich kann mich noch sehr gut erinnern, wie mir von all den Informationen, die ich dort bekam, der Kopf rauchte. Ich dachte, dass ich es nicht schaffen würde, alles zu verstehen. Mit der Zeit habe ich einen guten Einblick in die Politik bekommen und bin immer tiefer in die Welt der Fairen Milch eingestiegen. Ich habe Fredy zu Gesprächen mit den Ministern und den Einkäufern der großen Supermärkte begleitet. Zusammen mit ihm habe ich die Geschäftsführer der Molkereien getroffen, wir haben den Vertrag mit Fairtrade unterzeichnet. So bin ich mit der Fairkoperativ gewachsen.

2017 haben wir beschlossen, der Fairen Milch ein persönliches Gesicht zu geben. Zusammen mit unserem Grafikdesigner bin ich auf die Höfe unserer Mitglieder gefahren. Mit Fotos von den Höfen haben wir Poster gestaltet, die wir bei unseren Veranstaltungen am Stand zeigen.

Alle haben gute Arbeit geleistet, die Fairkoperativ entwickelt sich. Während wir 2014 ein Produkt pro EinwohnerIn verkauft haben, waren es 2017 bereits zwei pro Kopf. Mit unseren kontinuierlich steigenden Absatzzahlen haben wir das Ziel, dass die LuxemburgerInnen 2021 im Schnitt vier Produkte der „D’Fair Mëllech“ pro Jahr konsumieren.

Was mich betrifft, möchte ich die Reise fortsetzen, die ich mit der Fairen Milch und mit all den Menschen, denen ich in den letzten Jahren begegnet bin, angetreten habe. Ende 2019 hat mich dieser Weg zum Amt der Vorsitzenden von Fairkoperativ geführt. Ich habe FreundInnen in allen europäischen Ländern, die den gleichen Traum hegen: Ein fairer Milchpreis und eine würdige Zukunft für die Milcherzeugung. Die Faire Milch ist eine große europäische Familie, in der alle Beteiligten ihre Begeisterung für die Milch ausleben.

Danielle Warmerdam, geänderte Fassung einer Rede bei der Fairen-Milch-Konferenz

Jahresbilanz 2020: Faireswiss entwickelt sich Schritt für Schritt

© Faireswiss

Wir schreiben das Jahr 2021 und die Faireswiss-Milch gibt es unterdessen seit mehr als einem Jahr. Lanciert wurde die erste schweizerische Faire Milch am 23. September 2019! Es folgt ein Rückblick auf das Jahr 2020, unser erstes komplettes Geschäftsjahr. Wir hatten gehofft, mehr als eine Million Liter Milch zu verkaufen, was uns erfreulicherweise gelungen ist! Ende 2020 waren

es 1.071.271 Liter Milch, inklusive des Anteils für unsere verschiedenen Käse.

Ständige Sortimentserweiterung

Anfang 2020 bestand das Sortiment aus einer Vollmilch (3,5% Fett) sowie fünf Weichkäsen der Käserei Grand Pré in Moudon. Mitte März wurde das Sortiment um eine teilentrahmte Milch (1,5% Fett) und im September um einen weiteren Weichkäse, den Petit Boisé, erweitert. Ebenso gibt es unterdessen Kaffeerahm unseres Verarbeiters Cremo für die Gastronomie. Im Dezember 2020 kam dann schließlich eine 50/50-Fondue-Käsemischung (Vacherin Fribourgeois/Greyerzer AOP) der Käserei Vacherin Fribourgeois SA in Bulle dazu. Die Käsemischung ist einzig bei Manor-Food erhältlich – auf keinen Fall verpassen! Ebenfalls bei Manor im Verkauf steht seit Anfang

Februar 2021 auch Kaffeerahm im 10er Pack.

Immer mehr Verkaufsstellen und Unterstützung

Nach einem erfolgreichen Start in allen Manor-Food-Filialen in der ganzen Schweiz schlossen sich im Juni 2020 in der Deutschschweiz der Lebensmittel-Händler SPAR sowie im Wallis die Läden PAM und Edelweiss dem Projekt an. Verkauft werden die Produkte aber auch von Aligro und culturefood sowie zahlreichen lokalen Lebensmittelgeschäften. Unterstützt wird Faireswiss auch vom Lausanner Universitätsspital (CHUV), von den Gastrounternehmen Novae und Eldora sowie diversen Restaurants und Cafés: Über die ganze Schweiz verteilt gibt es bereits 400 Verkaufsstellen und UnterstützerInnen! Erfreulicherweise kam auch eine Zusammenarbeit mit farmy.ch, labelbleu.ch, dem Maison

Chocola'Thé und Intchiè No (beide Sitten) zustande.

Preisgelder

Anfang Sommer durften wir zwei Preise des Prix Entrepreneur Région Lausanne (PERL) und im Rahmen der Genusswoche im September 2020 einen Preis der Loterie Romande entgegennehmen. Wir waren auch Partner der Genusswoche und haben während dieser auf den Wochenmärkten in Lausanne und Vevey unser Vorhaben der Öffentlichkeit präsentiert.

Genossenschaft mit nunmehr 60 ProduzentInnen

Anfang Januar 2021 sind 21 neue MilchproduzentInnen aus der Deutsch- und Westschweiz der Genossenschaft beigetreten. Sie möchten wir herzlich willkommen heißen! Damit zählt die Genossenschaft nun 60 ProduzentInnen. Viele befinden sich noch auf der Warteliste. Deren Integration in die Genossenschaft soll Schritt für Schritt erfolgen. Die Entwicklung von Faireswiss in der Deutschschweiz bleibt dennoch verhalten. Aus diesem Grund kümmert sich nun eine Person um die sozialen Medien in der Deutschschweiz, damit das Projekt auch dort bekannter wird.

Wir danken allen KonsumentInnen, VerarbeiterInnen, VerteilerInnen, MedienvertreterInnen und Bäuerinnen und Bauern! Machen wir auch im Jahr 2021 so weiter!

Mehr Infos unter:

www.faireswiss.ch

<https://www.facebook.com/fareswiss>

<https://www.instagram.com/fareswiss/>

Anne Chenevard, Präsidentin, und Berthe Darras, Sekretärin bei Faireswiss

Goldenes Highlight im Juli: die Faire-Milch-Konferenz in Luxemburg

*Mit großen Schritten nähern wir uns einem der wichtigsten Ereignisse im Kalender der Fairen Milch: **Die Internationale Faire-Milch-Konferenz** findet dieses Jahr am 2. Juli im Rahmen der Agrarmesse (Foire Agricole) im luxemburgischen Ettelbrück statt. Warum dieses Ereignis so wichtig ist? Die Konferenz bündelt und stärkt den Zusammenhalt, die Hilfsbereitschaft und die Solidarität der MilcherzeugerInnen über nationale Grenzen hinweg.*

© FaireFrance

Die LandwirtInnen eint die Erfahrung der Kostenunterdeckung beim Milchpreis, aber auch der Stolz, die Dinge selbst in die Hand genommen und eine nachhaltige Alternative von und für BäuerInnen aufgebaut zu haben. Gleichzeitig konnte ein enger Kontakt zu den VerbraucherInnen hergestellt und diese direkt in die Projekte mit einbezogen werden. Daneben gibt es in diesem Jahr aber noch einen weiteren Grund zum Feiern: das Luxemburger Projekt D'Fair Mëllech begeht seinen zehnten Geburtstag!

Nicht nur für das Hier und Jetzt, sondern auch für Zukunftsfragen bietet die **Internationale Faire-Milch-Konferenz** die Möglichkeit zum Austausch der KollegInnen aus den Partner-ländern. Rat und Erfahrung im Umgang mit Herausforderungen der Fairen Milch werden gerne geteilt. Hier sind es oft auch die informellen Gespräche während der Veranstaltung, aus denen neue Ideen entstehen und die die Aktiven und das Projekt voranbringen.

Am 2. Juli werden nach der feierlichen Eröffnung zunächst die diversen Projekte fairer und lokaler Milch präsentiert. Besonders gespannt warten viele Aktive und Fans der Fairen Milch dieses Jahr auf die Vorstellung der Projekte aus Mali und Burkina Faso. Denn inzwischen erstreckt sich die Faire-Milch-Solidarität auch über Europa hinaus nach Westafrika.

Ihren Höhepunkt erreicht die Konferenz schließlich mit der feierlichen Verleihung der Goldenen Faironika. Ihr dürft und Sie dürfen gespannt sein, wer aus Politik, Landwirtschaft und Zivilgesellschaft dieses Jahr für besondere Verdienste bei der Milch ausgezeichnet wird.

Um gestärkt durch die Konferenz (und die Feierlichkeiten) zu kommen, wird aber auch an Magen und Gaumen gedacht. Denn die beliebten Produktverkostungen können auch dieses Jahr wieder stattfinden. Damit besteht die Möglichkeit zum Austausch und Fachsimpeln bei Milch, Joghurt, Käse, Eis und anderen Leckereien aus ganz Europa. Und wer weiß, vielleicht inspiriert das ein oder andere Produkt eines Schwesterprojekts neue Ideen für das Sortiment zu Hause oder die Konferenz selbst gar den Start einer neuen Fairen Milch in einem weiteren Land.

Wenn ihr oder Sie noch teilnehmen möchten, wird aus organisatorischen Gründen bis zum 20. Juni 2021 um Anmeldung bei danielle.warmerdam@fairmellech.lu gebeten.

Adresse der Konferenz: Foire Agricole, Rue du Deich, 9002 Ettelbruck, Luxemburg

Sehen Sie [hier](#) das Einladungsvideo zur Faire-Milch-Konferenz!

Das EMB-Team

Die Faire Milch auf Social Media

Die „Faire Milch“-Projekte sind auch auf Social Media sehr aktiv. Neugierig? Hier einige Highlights unserer Faire-Milch-Länder:

Schweiz

Tour Faireswiss
Alpage Wimpfel

Frankreich

Solidarität in einer Milchtüte

Luxemburg

Dat as eis #FAIRMËLLECH Die Marke der MilchbäuerInnen

Deutschland

Belgien

EMB, Europa

10 Jahre Fairebel Die Faire-Milch-Familie

European Milk Board ASBL

Rue de la Loi 155

B-1040 Bruxelles

Tel: +32 (0)2808 1935

Fax: +32 (0)2808 8265

Mail: office@europeanmilkboard.org

Document-URL: <http://www.europeanmilkboard.org>/<https://www.europeanmilkboard.org/deutsch/newsletter-juni-2021.html>