



N i e d e r s c h r i f t
über die 81. - öffentliche - Sitzung (Reise)
des Ausschusses für Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
am 14. Juni 2022
in der Region Hannover

Tagesordnung:	Seite:
1. Eröffnung der Sitzung durch den Vorsitzenden	3
2. Besichtigung ausgewählter Tierwohlställe in zwei Betrieben der Region Hannover	
<i>Besichtigung Eierhof Isernhagen, Familie Gosch</i>	5
<i>Besichtigung Betrieb Hemme Milch GmbH & Co. Vertriebs KG</i>	6

Anwesend:

Ausschussmitglieder:

1. Abg. Hermann Grupe (FDP), Vorsitzender
2. Abg. Jörn Domeier (SPD)
3. Abg. Thordies Hanisch (SPD)
4. Abg. Kerstin Liebelt (SPD)
5. Abg. Karin Logemann (SPD)
6. Abg. Gerd Ludwig Will (SPD)
7. Abg. Helmut Dammann-Tamke (CDU)
8. Abg. Uwe Dorendorf (CDU)
9. Abg. Christoph Eilers (CDU)
10. Abg. Anette Meyer zu Strohen (CDU)
11. Abg. Dr. Marco Mohrmann (CDU)
12. Abg. Miriam Staudte (GRÜNE)

Von der Landtagsverwaltung:

Frau Stürzebecher.

Niederschrift:

Regierungsdirektor Heuer, Stenografischer Dienst.

Sitzungsdauer: 9.30 Uhr bis 12.15 Uhr.

Tagesordnungspunkt 1:

Eröffnung der Sitzung durch den Vorsitzenden

Vors. Abg. **Hermann Grupe** (FDP) eröffnete die Sitzung auf dem Eierhof Isernhagen der Familie Gosch.

Der Vorsitzende hob hervor, dass es dem Ausschuss corona-bedingt über recht lange Zeit nicht möglich gewesen sei, sich in der Praxis zu informieren, und bedankte sich dafür, dass die NLG die Besichtigung von Tierwohlställen im Rahmen einer Fachexkursion, organisiert hatte.

Tagesordnungspunkt 2:

Besichtigung ausgewählter Tierwohlställe in zwei Betrieben der Region Hannover

Besichtigung Eierhof Isernhagen, Familie Gosch

Der **Ausschuss** nahm den 2016 mit der NLG gebauten Legehennenstall für konventionelle Freilandhaltung, der auf Biohaltung umgestellt worden war, und einen weiteren Legehennenstall für konventionelle Freilandhaltung sowie die Sortier- und Verpackungsanlage des Betriebes in Augenschein.

Betriebsleiter **Gosch** stellte den Ausschussmitgliedern den Betrieb sowie dessen Entwicklung

- von Käfighaltung und Direktvermarktung - bis nach Westberlin - in den 1960er- und 1970er-Jahren
- über Konkurrenz durch niederländische Flüssigeanbieter
- bis zur heutigen Biohaltung und konventionellen Freilandhaltung

vor.

Er wies darauf hin, dass der Trend zu mehr Regionalität zunehme. Viele auch große Bäckereien stiegen, um den Wünschen der Konsumenten Rechnung zu tragen, und auch wegen der geschmacklichen Komponente von dem bisher verwendeten Flüssigei auf frische Eier aus der Region um, auch wenn die Eier in dem verarbeitenden Betrieb selbst aufgeschlagen werden müssten und von daher deutlich größerer Aufwand als bei der Verwendung von Flüssigei entstehe.

Der Eierhof Isernhagen sei auf diesen Trend aufgesprungen und habe 2016 mit der NLG einen Legehennenstall für die konventionelle Freilandhaltung von 6 000 Legehennen errichtet. Da bei 6 000 Hühnern zum einen die Zahl der produzierten Eier nicht groß genug und zum anderen die Produktionskosten zu hoch seien, um die Eier an den Großhandel oder eine große Packstelle abzugeben, habe sich der Betrieb von vornherein um eine regionale Vermarktung bemüht. Bei den örtlichen Supermärkten sei dies auf sehr gute Resonanz gestoßen. Edeka etwa werbe ausdrücklich damit, dass viele der dort angebotenen regionalen Lebensmittel von Lieferanten stammten, die

in einem Radius von 30 km um einen Markt herum angesiedelt seien.

Gegen die Errichtung des Legehennenstalls habe es in der Bevölkerung erheblichen Widerstand gegeben, obwohl es sich bei 6 000 Legehennen um eine vergleichsweise geringe Größenordnung handele. In durchschnittlichen Ställen würden 15 000 Legehennen gehalten. Insbesondere in dem benachbarten Neubaugebiet hätten Sorgen wegen Geruchs- und Staubemissionen sowie auch Sorgen mit Blick auf multiresistente Keime bestanden. Nachdem der Stall nun in Betrieb sei, seien mittlerweile gefühlt 99 % derjenigen, die sich seinerzeit gegen den Bau ausgesprochen hätten, Kunden des Eierhofs. Zum einen biete der Betrieb die Möglichkeit, regional vor Ort beste Produkte zu erwerben, und zum anderen hätten die Nachbarn realisiert, dass es den Hühnern im Betrieb gutgehe.

Der Eierhof lege allerdings auch Wert auf Transparenz- und Öffentlichkeitsarbeit. So sei u. a. ein Tag des offenen Hühnerstalls durchgeführt worden, und es würden auch Stallführungen etwa für Kindergartengruppen und Schulklassen angeboten.

Herr Gosch ging sodann kurz auch auf die Auflagen und Vorgaben ein, die der Betrieb im Zusammenhang mit der Errichtung der beiden Ställe erfüllen musste. Er betonte, dass jeder moderne Stall, der errichtet werde, unabhängig davon, ob die Vorschriften und Auflagen in jedem Fall als unbedingt notwendig erachtet würden, dem Tierwohl helfe, da mit jedem neuen Stall der gebaut werde, ein alter Stall, der nicht mehr dem aktuellen Stand entspreche, aus der Produktion genommen werden könne.

Auf Fragen aus dem Kreis der Ausschussmitglieder legte Herr Gosch dar, er selbst habe, da er nicht bis ins letzte Detail mit den zu beachtenden Vorschriften vertraut sei, jemanden gesucht, der die Planung des Stalls übernehme. Zwar gebe es diverse Ingenieurbüros, die sich auf solche Planungen spezialisiert hätten. Allerdings habe er sich aufgrund von Empfehlungen durch Berufskollegen für die NLG entschieden. Auch den zweiten Stall habe er dann mit der NLG errichtet.

Vor der Errichtung des Stalls habe er angeboten, mit Ortsratsmitgliedern und besorgten Bürgerinnen und Bürgern zu Informationszwecken das Versuchsgut in Ruthe zu besuchen. Der Ortsrat habe an dem Besuch teilgenommen. Von den

vielen Hundert Anwenderinnen und Anwendern seien jedoch nur drei oder vier Personen mitgefahren. Viele der Anwenderinnen und Anwender hätten sich später für ihren Widerstand gegen die Errichtung des Stalls entschuldigt. Häufig ließen sich Menschen im Rahmen von Unterschriftenaktionen dazu verleiten, eine Unterschrift zu leisten, ohne sich zuvor wirklich informiert zu haben.

Der Eierhof vermarkte - sowohl an Supermärkte als auch an Bäckereien - direkt und habe festgestellt, dass die Nachfrage nach regionalen Produkten immer weiter steige. Ursprünglich habe er nicht geplant, Bioeier zu produzieren, da seines Erachtens in erster Linie „regional“ und „Freilandhaltung“ zählten. Angesichts der Nachfrage seitens der Supermärkte sei der 2016 errichtete Stall dann aber für Biohaltung umgestaltet worden, und für die konventionelle Freilandhaltung sei ein weiterer Stall errichtet worden. Um gleichzeitig Bioeier und konventionelle Eier vermarkten zu können, sei es erforderlich gewesen, aus der Gosch GbR die Gosch Bio GbR auszugründen. Der Betrieb verfüge nicht über Bioflächen. Für die Abnahme des Hühnermists aus der Biohaltung habe er mit einem Biobetrieb aus einem Nachbarort einen Abnahmevertrag geschlossen, der auch bei der Kontrollstelle habe eingereicht werden müssen.

Herr Gosch ging an dieser Stelle u. a. auch auf die Mitgliedschaft in KAT, dem Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen, ein, ohne die, wie er sagte, eine Vermarktung der Eier an Supermärkte kaum möglich wäre, sowie auf die finanziellen Belastungen durch Mitgliedsbeiträge, Erstkontrollen und Ökokontrollen sowie behördliche Kontrollen. In der Anfangsphase habe der Betrieb durch die Vielzahl an Kontrollen innerhalb weniger Wochen 10 000 bis 12 000 Euro an Kontrollgebühren zahlen müssen. Im Laufe der Jahre sei der Kontrollaufwand zwar geringer geworden. Der Aufwand für die Anfangskontrollen sei jedoch erheblich gewesen.

Eingehend auf die aktuelle weltpolitische Lage hob Herr Gosch hervor, hätte er die globale Ernährungssituation vorausgesehen, hätte er seine Stallanlage nicht auf Biobetrieb umgestellt. Der Bioabsatz sei deutlich eingebrochen. Die Bioeier, die sein Betrieb vor dem Hintergrund der geringen Nachfrage nicht als solche absetzen könne, gingen - bei Produktionskosten von ungefähr 25 Cent - für 6 bis 7 Cent pro Ei ins konventionelle Aufschlagwerk.

Die durch die Politik festgelegten Ausbauziele im Hinblick auf Biolandbau sehe er durchaus als kritisch an. Die Entwicklung sollte hier dem Markt überlassen werden.

Um den Anteil des Futters, das im eigenen Betrieb erzeugt werden müsse, erfüllen zu können, habe sein Betrieb 10 ha Fläche hinzugepachtet, wobei sich die Produktion von Futtermitteln auf dem eigenen Acker eigentlich nicht lohne. Er rechne diese Kosten zu den Fixkosten, die im Zusammenhang mit der Stallanlage entstünden, hinzu. Die Flächen würden somit betriebsintern im Grunde quersubventioniert. Aus seiner Sicht seien solche Lösungen zumindest grenzwertig, da hiermit anderen Betrieben Entwicklungsmöglichkeiten genommen würden.

Den Grundsatz der flächengebundenen Tierhaltung halte er für absolut richtig. Vielleicht seien aber bessere Lösungen möglich. Zwar sei es durchaus möglich, Kooperationspartnerschaften einzugehen. Der damit verbundene bürokratische Aufwand sei allerdings so hoch, dass es gleichwohl durchaus lohnenswert erscheinen könne, Flächen hinzuzupachten, wobei allerdings bestimmte Komponenten, die für die Futtermittel benötigt würden, nicht selbst produziert werden könnten.

10 bis 15 % der in seinem Betrieb erzeugten Eier würden ab Hof verkauft. Der Rest gehe an Supermärkte, Bäckereien und Restaurants.

Besichtigung Betrieb Hemme Milch GmbH & Co. Vertriebs KG

Der **Ausschuss** besichtigte die von der NLG gebauten tierwohlgerechten Ställe für die Kälber- und Milchviehhaltung. Außerdem nahm er die Produktion von Joghurt, Milchmix und Milch sowie das Kühlhaus in Augenschein.

Der Inhaber der Unternehmensgruppe Hemme Milch, **Jürgen Hemme**, skizzierte im Rahmen einer kurzen Hofführung die Geschichte des Betriebes, der sich seit 1589 in Familienbesitz befindet.

Er trug vor, nach einem Auslandsaufenthalt im Anschluss an seine Ausbildung habe er beschlossen, den Betrieb, bei dem es sich um einen „typischen“ landwirtschaftlichen Gemischtbetrieb gehandelt habe, zu einer Direktvermarktung umzubauen. Denn zum einen liege der Betrieb direkt vor den Toren der Landeshauptstadt Hannover

und damit sehr verbrauchernah. Zum anderen böten die landwirtschaftlichen Strukturen nicht die Möglichkeiten, die etwa in Nordamerika oder auch in Ozeanien für die landwirtschaftliche Erzeugung bestünden.

Zunächst sei ein Haustürliefersystem für Milchprodukte aufgebaut worden mit dem, in der Spitze, bis zu 4 000 Haushalte in und um Hannover beliefert worden seien. Dieses System habe angesichts der Logistikkosten geändert werden müssen. Dabei habe auch eine Rolle gespielt, dass das Produkt Milch in den vergangenen 30 Jahren kaum teurer geworden sei. Der Lebensmitteleinzelhandel habe sich sehr stark auch in der Fläche ausgebreitet, wodurch Fertigungsmengen möglich geworden seien, die die Kosten erheblich gedrückt hätten.

Aktuell verfüge der Betrieb über 280 ha Fläche, wovon 60 ha forstwirtschaftlich und 220 ha landwirtschaftlich genutzt würden. Die landwirtschaftliche Fläche diene der Futtererzeugung. Damit würden etwa 90 % des Futterbedarfs einer 700 Tiere starken Rinderherde realisiert, wovon mehr als 400 Tiere Milchkühe seien, die täglich 14 000 l Milch gäben.

Die Milch werde im hofeigenen Werk verarbeitet. Insgesamt habe die Unternehmensgruppe 48 Beschäftigte in sechs Ausbildungsberufen: im kaufmännischen Bereich, im Logistikbereich sowie in den Bereichen Land- und Tierwirtschaft sowie im Bereich Milchtechnologie.

Um eine gute Rohmilch produzieren zu können, bedürfe es zufriedener und glücklicher Kühe von hohem Gesundheitsniveau. Bei Hemme Milch würden pro Jahr etwa 400 Kälber geboren. Die jungen Kälber blieben etwa 14 Tage in Einzelhaltung und bekämen während dieser Zeit die Milch der Mutter. Fast alle der weiblichen Kälber blieben im Betrieb. Alle Milchkühe des Betriebes seien auch im Betrieb geboren. Die männlichen Kälber würden nach etwa drei Wochen an Mastbetriebe verkauft.

Auf die Frage der Ammenkuhhaltung angesprochen, legte Herr Hemme dar, allgemeine Aussagen zu dieser Thematik seien nicht möglich. Ziel der Kälberaufzucht in seinem Betrieb seien gesunde und leistungsstarke Nutztiere, die dann automatisch zufriedener und glücklicher seien. Die Aufzucht stelle, wie sie bei Hemme Milch erfolge, in diesem Sinne das Optimum dar. Bei der Ammenkuhhaltung seien sehr viele äußere Faktoren

zu berücksichtigen, und auch aus hygienischer Sicht gebe es Dinge, die der Sache nicht unbedingt dienten.

Anknüpfend an die Häufigkeit von Untersuchungen und Datenerhebungen bei der Haltung von Milchkühen betonte Herr Hemme, Landwirtschaft habe mit dem Zusammenspiel sehr vieler Details un und habe sehr stark mit natürlichen Gegebenheiten zu tun und erfordere ein sehr breites Spektrum an Wissen, was die Landwirte in ihrer beruflichen Tätigkeit allerdings auch vollumfänglich binde mit der Folge, dass sie in der Regel den Vertrieb ihrer Produkte nicht selbst übernehmen könnten. In Deutschland gebe es etwa 59 000 milcherzeugende landwirtschaftliche Betriebe. Von diesen vermarkte ein so geringer Teil, dass er nicht mehr in Prozent ausgedrückt werden könne, die produzierte Milch selbst. Direktvermarktung von Milch und Milchprodukten, die es außerhalb eines Radius von 25 km in die Supermarkregale schafften, was bedeute, dass dafür andere Marken weichen müssen, gebe es nicht in nennenswertem Umfang.

Dadurch, dass Milch zu mehr als 99 % industriell weiterverarbeitet werde, biete die Direktvermarktung eine echte Chance, ein Alleinstellungsmerkmal hinsichtlich Frische und Geschmack zu erarbeiten. Diese Chance habe Hemme Milch genutzt, indem in dem Betrieb neben der Kernkompetenz Landwirtschaft auch noch eine Kernkompetenz Milchverarbeitung einschließlich Vertrieb und Logistik aufgebaut worden sei.

Bei Hemme Milch stünden pro Milchkuh im Freiluftstall 13 m² zur Verfügung. Gefüttert werde ein Top-Futter, bestehend aus Gräsern, Maissilage, Silomais, Körnermais, Raps und Mineralstoffen und ein klein wenig gehäckseltem Stroh.

Abnehmer der Milch und Milchprodukte seien vor allem der Einzelhandel, aber auch Direktkunden wie beispielsweise Bäckereien. Die Einzelbelieferung von Privatleuten habe sein Betreib ab 2010 reduziert und schließlich ganz eingestellt.

Neben der Qualität der Produkte sei Schlüssel des Erfolges, dass es gelungen sei, den Einzelhandel als B-to-B-Partner, aber auch die Konsumenten - und diese im Sinne von „Wenn Sie eine Milch finden, die Ihnen besser schmeckt als unsere, dann sagen Sie uns dies bitte“ – anzusprechen.

Bei der Molkerei der Hemme Milch GmbH & Co. Vertriebs KG handele es sich um die modernste Hofmolkerei europaweit. Ein besonderes Merkmal seien die äußerst kurzen Wege zwischen Melkstand, Milchverarbeitung und Vertrieb.

Absatzstärkstes Produkt sei die klassische Trinkmilch, gefolgt von Desserts und Butter sowie Milchmodiggetränken.

Der Umschlag pro Lagerplatz sei sehr stark. Die Milch, die heute gemolken werde, sei morgen verkauft.

60 % des Warenvolumens - insbesondere die Lieferungen an Kunden im Umkreis von 100 km - fahre das Unternehmen selbst, während die Transporte zu den entfernteren Kunden von einem Dienstleister übernommen würden.

Über die Hälfte des Umsatzes werde im Raum Hannover erzielt. Der restliche Umsatz entfalle auf die Oberzentren um Hannover herum - mit Hamburg und Bremen als Schwerpunkten. Relativ stark vertreten sei Hemme Milch zudem in Schleswig-Holstein.

Wichtiger Eckpfeiler von „Regionalität“ seien aus seiner Sicht die standortnahe Herstellung sowie die Einbindung der Erzeugerwirtschaft. Die Ware von Hemme Milch werde etwa auch in Köln und Düsseldorf, also auch an Standorten außerhalb dieses Regionalitätsgedankens verkauft, weil Händler dort von der Qualität der Produkte überzeugt seien.
