

Es liegt in unserer Hand

Ob unsere Lebensmittel immer weniger Produktionswert für ihre Erzeuger haben und damit vielfältige Qualitäten verlieren oder ob wir ohne Preisanstiege zu einem neuen Miteinander finden, können wir selbst bestimmen.

Ob Bauer, Müller, Bäcker oder Verbraucher - wir alle können unseren Beitrag dazu leisten und vor allem auch den Anstoß dazu geben, daß die Misere rund um die Lebensmittel entschärft wird. Im partnerschaftlichen Zusammenwirken können Erzeugnisse entstehen, die ihren Preis auch wirklich wert sind und dauerhafte Qualitäten im Produkt, in der Landschaft und im sozialen Gefüge fördern. Kurzfristiges Schielen auf den günstigsten Preis ist dabei zumeist der falsche Schritt, miteinander Reden über das Warum und Wie dagegen fast immer der beste Weg. Nur gemeinsam wird's was.

Der Hessische Landesverein zur Erhaltung und Nutzung von Mühlen (HLM e.V.) unterstützt Sie dabei.

Der HLM setzt sich für den Erhalt und die Nutzung von Mühlen sowie die Erforschung des Mühlenwesens ein. Mühlen sind Bauzeugen der



Geschichte, technische Kulturdenkmale und von großer Bedeutung für das Landschaftsbild und die dörfliche Struktur. Es gibt viele Wege, die Mühlen als Zeugen unserer Handwerks- und Industrietradition zu bewahren. Der wichtigste ist die Erhaltung vorhandener Anlagen. Erhaltung ist auf Dauer nur durch Nutzung möglich. Dies ist bei fast allen Mühlentypen auch heute noch realisierbar, wenn man ihnen die wirtschaftlichen Grundlagen nicht entzieht, sondern indem man ihnen neue schafft. Die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung von Getreide und Getreideprodukten in einer Region im partnerschaftlichen Verbund aus Bauern, Müllern, Bäckern und Verbrauchern ist dazu ein beispielhafter Weg.

Sie können und dürfen die Arbeit des HLM gerne durch Ihre Mitgliedschaft oder durch eine Geldspende unterstützen!

Unsere Geschäftsadresse:

Karl-Heinrich Schanz

Fürthweg 9

64367 Mühlthal-Traisa

Telefon 06151/147116

Unsere Bankverbindung:

Sparkasse Darmstadt (BLZ 508 501 50)

Konto 220 032 59

V.i.S.d.P.: Jörg Haafke

Design und Illustration:

Andreas Rauth & Hubertus Leischner, Düsseldorf

Alle Zahlenangaben entstammen den Statistischen Jahrbüchern für die Bundesrepublik Deutschland, den Agrarberichten der Bundesregierung, Angaben der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Handelsmühlen und des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks sowie darauf basierenden eigenen Berechnungen.

Die Informationsaktion des HLM entstand mit freundlicher Unterstützung des Hessischen Landesamtes für Regionalentwicklung und Landwirtschaft, des Ökofonds von Bündnis 90/Die Grünen in Hessen sowie der Schloßmühle/Ober-Ramstadt und der Brücker-Mühle/Amöneburg.



Eine Information des HLM
Hessischer Landesverein zur
Erhaltung und Nutzung von Mühlen e.V.

**Nur
gemeinsam
wird's
was**



Überzeugende Beispiele

Wer also am Brötchen spart, der darf sich über die Verunsicherung des Verbrauchers und über fehlenden Geschmack des Brötchens nicht beklagen...

Wer sein Frühstücksbrötchen ohne Reue genießen will, muß mithelfen, aus der fatalen Spirale der immergrößer-immer-mehr-und immer-billiger-Produktion auszusteigen. Bäcker, Müller und Bauern brauchen den bewußten Verbraucher für eine neue Qualitätserzeugung. Aber sie müssen auch selbst einander vertrauende Partner sein.

Im Brucker Land, westlich von München, haben sich Kirchen-Engagierte, Landwirte, Bäcker, Verbraucher und Naturschützer zu einem außergewöhnlich breiten Bündnis zusammengeschlossen, um die Lebens- und Existenzgrundlagen der Landwirte und des verarbeitenden Handwerks zu verbessern und ein Wirtschaften in engen Zusammenhängen, mit kurzen und nachvollziehbaren Wegen wieder zu ermöglichen.

Am Anfang stand die Idee, in einem regionalen Verbund Produkte aus der Region, umweltverträglich angebaut und in regionalen Betrieben verarbeitet, auch in der Region zu vermarkten. Da bereits eine Erzeugergemeinschaft von Getreidebauern bestand, lag es nahe, das Brot als erstes Produkt anzubieten. Mit diesem Ansinnen und begleitet durch eine engagierte kirchliche Erwachsenenbildung gingen die Landwirte auf den Bäckerinnungsmeister des Kreises zu. Zusammen mit anderen

Mitgliedern der Bäckerinnung wurde ein neues Grundkonzept für ein Sauerteigbrot entwickelt - es entstand das BRUCKER LAND Brot. Dem neuen Angebot war ein großer Verkaufserfolg beschieden, so daß sich die Initiative allmählich vergrößern und auf andere Produktbereiche ausdehnen konnte. Mitte 1997 lieferten bereits 50 Landwirte nach (speziellen) Richtlinien

angebautes Getreide für BRUCKER LAND, 32 Bauern lieferten Milch. 20 Menschen haben in der BRUCKER LAND GmbH, der neu gegründeten regionalen Vermarktungsgesellschaft einen Arbeitsplatz gefunden. Die BRUCKER LAND-Produktpalette umfaßt mittlerweile 40 Brotsorten, drei Sorten Mehl, Honig, Milch, zwei Käsesorten, Kartoffeln, Bier, Streuobst-Apfelsaft, drei Nudelsorten, Hartweizengrieß sowie 13 Vollkorn-Öko-Brote. Beliefert werden 22 Bäckereien mit insgesamt 30 Geschäften, 45 Supermarktfilialen, 27 Fleischerfachgeschäfte, ca. 20 Getränkehändler, vier Gaststätten, das Kreiskrankenhaus sowie ein Altenheim. Die Bauern und Verarbeitungsbetriebe können hier für angemessene Preise und einen stabilen Markt vor der Haustüre produzieren und müssen sich nicht dem gnadenlosen Preiskampf um globale Marktanteile unterwerfen. So bleiben mannigfache Qualitäten bewahrt oder werden wiederhergestellt.



Die Initiative für das Odenwälder Schloß-Korn ging von der Schloßmühle in Ober-Ramstadt aus. Im Zusammenhang mit einem Generationswechsel zu Beginn der 90er Jahre stand die Frage an, wie die Mühle den harten Verdrängungskampf in der Branche bestehen könnte. Statt auf Größe setzte die Mühle auf Qualität und Nähe. Sie initiierte die "Arbeitsgemeinschaft Qualitätsgetreide Südhessen e.V.", in der sich inzwischen über 200 Landwirte aus der Region zusammengeschlossen haben, und sicherte den Getreideerzeugern bei Anlieferung von Qualitätsgetreide aus dem integrierten Pflanzenbau die Zahlung eines Aufpreises auf den üblichen Marktpreis zu. Über die Einhaltung der Erzeuger-Richtlinien wacht eine Kontrollkommission, so daß in der Schloßmühle hochwertiges und umweltschonend hergestelltes Getreide verarbeitet werden kann. Inzwischen beziehen mehr als 400 Bäckereien ihr Mehl von der Schloßmühle. In ihren Fachgeschäften weisen ausgehängte Zertifikate auf das Schloß-Korn-Konzept hin. Auf diese Weise wird dem Verbraucher die Möglichkeit gegeben, eine Kaufentscheidung für ein transparentes Produkt und für einen aktiven Beitrag zur

Stärkung von Region und Umwelt zu leisten - ohne daß das Brötchen deswegen unbedingt teurer sein muß!



Das niederländische Beispiel von der Initiative "De echte bakker" zeugt allerdings auch von der Anfälligkeit solcher Kooperationsprojekte im harten ökonomischen Überlebenskampf. Als vor mehr als 20 Jahren Müller und Bäcker gemeinsam die Initiative ins Leben riefen stand neben der

Idee, den aufkommenden Industriebrot ein Angebot unverfälschter Backwaren entgegenzusetzen, die Zusammenarbeit zwischen Mühlen und Bäckern sowie die Umweltverträglichkeit der Getreidevermahlung mit Wind- und Wasserkraft im Mittelpunkt. Inzwischen haben sich jedoch die Marktinteressen der Bäcker verselbständigt und steht deren gemeinsames Produktmarketing sowie die backtechnische Qualitätssicherung im Vordergrund. Feste Abnahmevereinbarungen zu Wind- und Wassermühlen bestehen nicht mehr.

Nur gemeinsam wird's was

In Hessen finden Kooperationsprojekte nach vorgenannten Beispielen eine staatliche Unterstützung durch die "Regionalmarke Hessen". Die "Regionalmarke Hessen" ist eine Initiative des Landes Hessen zur Vermarktung von Lebensmitteln mit regionaler Herkunft und definierter Qualität. Unter dem Motto "Hessen. Aus gutem Grund" übernehmen hessische Erzeuger, Verarbeiter und Verbraucher Verantwortung für ihre Region. Neutrale Verbraucherkontrollen garantieren den Verbrauchern, daß es sich um hochwertige Nahrungsmittel handelt, die aus heimischer Produktion stammen.



BRUCKER



LAND

Was macht das Brötchen so teuer?

Ein knusperiges Brötchen macht das Frühstück zum Vergnügen. Wir lassen uns den - statistisch gesehen - täglichen Spaß inzwischen im Bundesdurchschnitt 40 Pfennige kosten. Vor nicht einmal zwanzig Jahren hätten wir für diesen Preis noch zwei Brötchen genießen dürfen. Und dennoch klagen Bauern und Bäcker über zu geringe Erlöse für ihre Erzeugnisse.

Ein Brötchen enthält durchschnittlich 29 Gramm Weizenmehl. Bei einer Mehlausbeute von 75 % sind dafür etwa 39 Gramm Weizen erforderlich, für dessen Anbau mit einem rechnerischen Durchschnittsertrag von 70,1 dt je Hektar etwa 555 Quadratzentimeter Ackerland mit Weizen bebaut werden müssen. Oder anders



ausgedrückt: Auf einem Quadratmeter Ackerland "wachsen" ca. 18 Brötchen. Soweit die Produktionskette. Wie bei jedem anderen Erzeugnis, muß sich auch die Herstellung eines Brötchens "rechnen", schließlich soll der Bäcker mit seiner Familie mit einem bundesdurchschnittlichen Erwerbstätigen-Einkommen von 75.200 DM/Jahr (1995) davon leben können.

Bevor das Backen überhaupt beginnen kann, müssen fixe Kosten abgedeckt sein: Die Miete der Backstube, die Anschaffungskosten für deren Ausstattung, für Maschinen und Öfen sowie die Löhne für Personal, städtische Abgaben, Werbeaufwendungen und vieles andere mehr. Schließlich benötigt der Bäcker für den Backvorgang Energie und Wasser. Im Bundesdurchschnitt müssen etwa 60 % Kostenaufwand am Bruttoproduktionswert angesetzt werden. Der "Rohstoff Mehl" trägt dazu knapp mit einem Zehntel bei.

Angenommen, der gesamte Backbetrieb sei auf die Brötchenherstellung umgestellt, so errechnet sich bei einem Verkaufspreis von 40 Pfennigen eine existenzsichernde Mindestproduktionsmenge von knapp einer halben Million Brötchen im Jahr.

Auch der Müller lebt nicht von der Lust am Wandern allein.

In seinem Verkaufspreis stecken wiederum fixe Produktionskosten, die Rohware muß er zu einem Durchschnittspreis von 28 Pfennigen je Kilogramm Brotweizen bei den Bauern erwerben. Bei einer durchschnittlichen Mehlausbeute kann er aus einem Kilogramm Getreide etwa 750 Gramm Mehl ermahlen und für das Kilo Weizenmehl 60 Pfennige oder je Brötchen 1,74 Pfennige Erlösen. Nach Abzug seiner Unkosten bleiben knapp 0,7 Pfennige Verdienst.

Seine Mühle kann der Müller auf Dauer nur betreiben, wenn er im Jahr Mehl für umgerechnet annähernd elf Millionen Frühstücksbrötchen verkaufen kann.

Am Beginn der Kette steht der Bauer.

Er produziert den Weizen, aus dem die Brötchen sind. Für das bundesdeutsche Durchschnittseinkommen müßte er theoretisch 1.343 Tonnen des Getreides abliefern können. Auf durchschnittlichen Böden lassen sich etwa 7 Tonnen Weizen je Hektar erzielen, so daß ein "Brötchen-Bauer" insgesamt 191 Hektar Land bestellen müßte, im Bundesdurchschnitt steht den Landwirten jedoch nur eine Betriebsgröße von 22,9 Hektar zur Verfügung (1995; alte Bundesländer).

Bäckern, Müllern und Bauern ist gemeinsam, daß sie bei ständig steigenden Erzeugerpreisaufteilen für die Produktionsnebenkosten auf große Produktionsmengen setzen müssen, um ihr Einkommen zu sichern. Wollte etwa der Bäcker mit einer halben Jahresproduktion auskommen, so müßte er im Laden den doppelten Preis verlangen.

Der Trend zu großen Produktionsmengen und großen Produktionsanlagen ist kennzeichnend für die zurückliegenden dreißig Jahre: Der durchschnittliche landwirtschaftliche Betrieb ist von 11,7 (1970) auf 22,3 Hektar (1995) gewachsen. Die durchschnittliche Mühlenleistung hat sich von ca. 3.000 (1980) auf etwa 13.600 Jahrestonnen erhöht. Doch wo Wachstum ist, da ist auch Verdrängung! Seit 1970 haben über 500.000 landwirtschaftliche Betriebe aufgeben müssen, wurden über 4.300 Mühlen stillgelegt und über 17.000 Bäckereien geschlossen.

An die Stelle verbrauchernaher Bauernhöfe und Handwerksbetriebe sind die siamesischen Zwillinge Handel und Verkehr getreten. Während etwa das Bruttoanlagevermögen in der Gesamtlandwirtschaft auf dem Niveau von 1970 stagniert, hat sich die Investitionsfähigkeit in Handel und Verkehr seither





mehr als verdoppelt. Natürlich halten auch Großbäckereien mit unzähligen Filialen, Handelsmühlen und industrialisierte Landwirtschaften in dieser Entwicklung mit. So hat sich die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe mit Betriebsgrößen über 100 Hektar seit 1970 vervierfacht, produzieren Großmühlen mit einer Jahresleistung von über 25.000 t (11 % aller Mühlen) drei Viertel des westdeutschen Mehls und erreichen Großbäckereien mit einem Umsatz von über 10 Millionen DM (1 % aller Backunternehmen) 22,8 % des Umsatzes aller Unternehmen.

Zwangsläufig bedeuten höhere Aufwendungen an Energie, für Transport und Verkehr die Kehrseite der Medaille. Wurde 1970 noch jede Güter-Tonne im Bundesdurchschnitt 36,5 Kilometer auf der Straße gefahren, so hat sich dieser Wert inzwischen auf über 75 Kilometer verdoppelt mit all den bekannten Nebenwirkungen.

Auch die Aufwendungen für den Umweltschutz erhöhen sich und schließlich belasten die aufgebenden Betriebe, Höfe und Mühlen den Arbeitsmarkt. Allein den etwa 500.000 stillge-

legten Bauernhöfen seit 1970 steht ein Zuwachs des Arbeitslosenheeres von knapp 150.000 Menschen (1970) auf über 2,5 Millionen Menschen (1995) gegenüber (nur alte Bundesländer).

Verbraucher gucken in die Röhre

Und den Verbrauchern geht mit der Entwicklung im Ernährungssektor zunehmend der Einblick in die Produktionsabläufe verloren. Sie müssen glauben, was ihnen die Werbung verspricht. Kompetente Auskunft über Herkunft, Produktionsabläufe und Produktqualitäten können sie in den Discounter-Filialen nicht mehr erwarten.

Das alltägliche Gespräch mit dem Bäcker, aber auch der Kontakt zum Müller oder zum Bauern und die Kenntnis über deren Arbeitsweise und deren Verantwortlichkeiten war vor nicht wenigen Jahren noch Garant für ein Vertrauen des Verbrauchers in das gekaufte Produkt. Die Nähe zum Erzeuger oder Verarbeiter erhielt zudem ein Wissen über die Rahmenbedingungen der Lebensmittelerzeugung. Zugleich kam die große Anzahl an Betrieben nicht nur in einer Produktvielfalt zum Ausdruck, sondern auch einer vielgestaltigen Landschaft zugute.

Im Zeitalter der Schnellimbiss-Ketten sind diese Qualitäten und mit ihnen auch die unterschiedlichen Geschmacksrichtungen auf der Strecke geblieben.

Der Zeitgeist setzt dagegen bewußt auf den gleichen Geschmack von Flensburg bis Passau und von Moskau bis San Francisco. Da hat Vielfalt keine Chance.

Gleichbleibende "Qualitäten" sind kennzeichnend für eine industrielle Fertigung, und die industrielle Fertigung macht wiederum günstige Preise möglich.

Das industriell gefertigte Brot soll stets die gleiche Beschaffenheit haben.

Deshalb müssen die lebendigen Backzutaten mit unzähligen Feinchemikalien korrigiert werden. Dabei kommt den Chemikern der Backmittelindustrie die bis heute unzureichende Deklarationspflicht der Zusätze entgegen: Moderne Backmittel sind pures High-Tech. Emulgatoren machen Teige maschinenfreundlich und voluminös, Enzyme aus Schimmelpilzen bauen die Stärken ab, andere erweichen den Teig, Phosphate steuern die Porengrößen, Lipoxygenasen bleichen Toastbrot auf strahlendweiß, Färbemittel verleihen hellen Mehlen ein Vollkorn-Image, modifizierte Stärken steuern die Teigkonsistenz, Ascorbinsäure ersetzt die mehrstündige Teiggärung, Bräunungsvorläufer bringen knusperige Rösche, und Aromapräkursoren verströmen appetitlichen Brötchenduft in der Backstube, damit der Kunde kauft. Den Produktionsprozeß steuert der Bäcker von heute mit dem Computer. Durch Anpassung der Teige an die Maschinen mit immer gleicher Mechanik ließen sich Bäckerhände durch billigere Automaten ersetzen, die den Teig in Minutenschnelle kneten. Der Industriebäcker verlangt hohe Eiweißgehalte im Getreide und gibt damit den Landwirten Pflanzensorte, entsprechend höhere Düngegaben und Pflanzenschutzmittelaufwand vor. Und die Bauern sehen sich dann den allgemeinen Vergifter-Vorwürfen ausgesetzt.

Unser Streben nach billigen Produktangeboten ist jedoch letztendlich die treibende Kraft für alle Folgen einer entsprechenden Herstellung - angefangen von den Beeinträchtigungen der Umwelt bis hin zu den steigenden Arbeitslosenzahlen. Und letztendlich schaden wir uns mit dem billigen Produkt auch selbst, denn vielfach ist das Brötchen mehr Schein als Sein.