



Volles Haus: Beim Junglandwirtetag in Stade holten sich rund 700 junge Landwirte Anregungen für ihren Berufsalltag.

Fotos: Beckhoff

Für stürmische Zeiten gewappnet

Stade Die Kritik am Berufsstand nimmt zu und die Preise könnten besser sein. Das sind nur einige der Herausforderungen. Wie können sich junge Landwirte für die Zukunft wappnen? Dieser Frage ging der Junglandwirtetag in Stade nach.

Unter dem Motto „Weiterdenken – Gut gerüstet in stürmischen Zeiten“ kamen am Montag im Stadeum über 700 Mitglieder der Junglandwirte Niedersachsen zusammen.

Dem landwirtschaftlichen Nachwuchs im Land mangelt es nicht an Herausforderungen. Das verdeutlichte Claus Schmoldt (Wechtern), Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft junger interessierter Landwirte Stade, in seiner Begrüßung. Er zeigte sich vor allem besorgt um das negative Bild der Landwirtschaft in der Öffentlichkeit. Gleichzeitig rief er alle Mitglieder dazu auf, aktiv an einer positiven Darstellung mitzuarbeiten: „Wir müssen das Bild von uns prägen, sonst tun es andere.“ Wie das konkret gelingt und sogar Teil des Geschäftsmodells sein kann, erläuterte Junglandwirt Jan-Hendrik Langeloh, Geschäftsführer des Milchhofs Reitbrook in Hamburg. Er vermarktet mit einem Partner eine jährliche Milchmenge von 1,5 Millionen Kilogramm im Großraum Hamburg, überwiegend als Premium-Frischmilch, aber auch als Joghurt und Käse. „Ganz wichtig für die Akzeptanz unserer Ware ist das öffentliche Erscheinungsbild.



„Wenn man auf kritische Fragen überzeugende Antworten hat, sind die Kunden auch zufrieden.“

Jan-Hendrik Langeloh
Milchhof Reitbrook

Hof und Stall müssen absolut vorzeigbar sein.“ Zudem hat er die Erfahrung gemacht, dass man auch kritische Fragen der Verbraucher aushalten muss. Besonders die Weidehaltung, das Thema Enthornung und GVO-freies Futter lägen den Verbrauchern am Herzen. „Wenn man darauf überzeugende Antworten hat,



„Wichtig ist für mich ein zweites Einkommen, auf das ich mich bei niedrigen Erzeugerpreisen verlassen kann.“

Matthias Schmoldt
Obsthof Schmoldt

sind die Kunden auch zufrieden.“ Langeloh betonte, wie rasant der Markt für regionale Lebensmittel zurzeit wachse. Dennoch bleibe die Direktvermarktung, wie er sie betreibt, vorerst eine Nische. Einen anderen Weg hat Junglandwirt Matthias Schmoldt vom Obsthof Schmoldt im Alten Land eingeschlagen. Er baut auf

42 Hektar Äpfel an und vermarktet sie selbst an verschiedene Abnehmer. Darüber hinaus hat er sich mit einem französischen Partner die Rechte an der Clubsorte „Honeycrunch“ gesichert, die er so exklusiv in Deutschland anbauen und verkaufen kann. „Und das zu einem fixen Preis, der unabhängig vom restlichen Marktgeschehen ist“, betonte Schmoldt. Durch die Etablierung der Marke und dem ausschließlichen Verkauf im Premium-Einzelhandel könne der höhere Preis an die Kunden weitergegeben werden. Wichtig sei für seinen Betrieb auch ein zweites Standbein. Als Dienstleister für den Lebensmittelhandel übernimmt Schmoldt die Lagerung, Sortierung, Verpackung und Logistik von Äpfeln. „Das ist ein verlässliches Einkommen, auf das ich mich auch bei niedrigen Erzeugerpreisen verlassen kann.“

Dr. Clemens Dirscherl, Evangelische Kirche in Deutschland (EKD), riet, nicht jeden als Feind zu sehen, der kritische Fragen stellt. Er rief dazu auf, eine neue Unternehmenskultur zu entwickeln: „Es gab Übertreibungen, weil es keine Ziele und Grenzen gab. Man hat auch in der Landwirtschaft vergessen zu fragen: Was tut mir gut, meiner Familie, dem Hof und der Landwirtschaft insgesamt?“ Das sollte man jetzt nachholen. *Jürgen Beckhoff*