



# MARGUERITE HAPPY COW

## Eine neue nachhaltige Milchlinie

Die Milchlinie Marguerite Happy Cow bezweckt die Produktion einer besonderen Milch mit einem höheren Mehrwert. Die Besonderheit dieser Produktionskette vereint Milch erzeugende Landwirte, einen Futtermittelproduzenten, einen Milcheinsammler und eine Käserei und zeichnet sich durch folgende Vorzüge aus:

- Die Fütterung der Kühe basiert hauptsächlich auf Frischgras und Beweidung von Grünland,
- Das Futter der Kühe wird lokal erzeugt und ist garantiert frei von gentechnisch veränderten Produkten,
- Eine gerechtere und stabilere Bezahlung der Landwirte.

Der aus dieser Milchlinie Marguerite Happy Cow erzeugte Käse erkennt man am Logo der Milchlinie.

L. Servais, awé VoE



Das Projekt LAITHERBE bezweckte eine komplette und nachhaltige Milchproduktionslinie auf der Basis der Grasfütterung und am Ende dieser Produktion eine Milch mit einem besonderen Mehrwert.

### Das Forschungsprojekt

Das bereits 2010 begonnene Projekt LAITHERBE bezweckte eine komplette und nachhaltige Milchproduktionslinie auf der Basis der Grasfütterung und am Ende dieser Produktion eine Milch mit einem besonderen Mehrwert. Dieses Projekt wurde gefördert durch den grünen Marshallplan 2. Während vier Jahre wurde geforscht, Experimente angestellt, neue Einstellungen ausprobiert und viele Analysen durchgeführt. Die enge Zusam-

menarbeit zwischen einem Industriellen, Landwirte und Agrarforscher ergab eine starke Dynamik unter Mitwirkung von Wagralim, der wallonische agro-industrielle Zusammenschluss. Die Grundidee ist die lokale Erzeugung der Futtermittel und gleichzeitigem Respekt der Umwelt in der eignen Gegend.

### Die fünf fundamentalen Grundsätze

Die im Lastenheft festgelegten Grundvoraussetzungen werden von einem externen Zertifizierer kontrolliert.

#### 1. Gras und Beweidung

Die Futterration muss mindestens 70 % Gras enthalten mit mindestens 180 Weidetage und als Besatzdichte 4 Kühe pro ha.

#### 2. Regionale und natürliche Futtermittel

Die Futtermittel müssen aus lokaler Herkunft stammen (weniger Druck auf die Umwelt und weniger Preisschwankungen), d.h. dass sie aus einem Umkreis von höchstens 100 km herrühren müssen. Das Ergänzungsfutter muss 100 % vegetarisch sein (nur Getreide und Nebenprodukte). Wenigstens 95 % des verfütterten Getreides darf nicht weiter als 300 km vom Betrieb erzeugt worden sein. Gentechnisch veränderte Produkte dürfen keineswegs zu Einsatz kommen.

#### 3. Milch höherer Qualität

Der Label QMK ist Voraussetzung, die Futtermittel unterliegen der Analyse und der Futterplan muss von einem Futterspezialisten zusammengestellt werden. Die Milch wird gesondert eingesammelt und direkt zur Käserei transportiert.

#### 4. Familienbetrieb und gerechteres Einkommen

Die Weidpflicht begrenzt die Größe der Herde. Eine Prämie der Kette geht direkt an den Milcherzeuger und der ausbezahlte Milchpreis seitens der Genossenschaft ist höher wenn die allgemeinen Milchpreise niedrig sind, was zu einem stabileren und gerechteren Milchpreis führt.

#### 5. Lokale Käseproduktion

Die lokale Verarbeitung der Milch zu Käse führt zu einem Mehrwert für die Akteure der Milchketten, es ergeben sich lokale Arbeitsplätze, das regionale Fachwissen wird gefördert und der Absatz ist dauerhafter und nachhaltiger.

#### Die Milchlinie und ihre Partner

Jean CALIFICE und Denis HOGGE waren die beiden ersten Milcherzeuger die sich der Kette anschlossen. Die Cooperative SCAR begleitet und berät die Landwirte und die belgische Molkerei MILCOBEL sammelt die Milch, die von der Käserei HERVE SOCIETE S.A. verarbeitet wird.

Diese Käserei ist der größte Produzent von Herver Käse AOP (geschützte Ursprungsbezeichnung), die noch weitere Käsesorten produziert, wie z.B. Abbaye de Val-Dieu, La Fleur de Fagne und Le Bou d'Fagne.

Faircoop vermarktet seine Produkte unter der Marke FAIREBEL und ist der erste Kunde der neuen Milchlinie. Faircoop vermarktet unter seinem Markennamen zwei neue Käsesorten: ein „brique“ (ein Weichkäse) und „cube“ (mittelhart). Es werden Initiativen ergriffen um die Grossisten und die Supermärkte zum Mitmachen zu motivieren.

#### Perspektiven

Ab dem zweiten Halbjahr 2015 wird der Herver Käse AOP der Marke HERVE SOCIETE mit der Milch der neuen Kette produziert. Das anvisierte Ziel liegt bei 5 Millionen Liter von knapp zehn Milcherzeugern im Jahr 2016. Der Herver Käse AOP „L'EXQUIS“ und die verschiedenen Käsesorten der L'ABBAYE DE VAL-DIEU werden das Rückgrat der Milchketten



*Diese neue Milchketten stammen aus der Dynamik der Kompetenzzentren und hier speziell von Wagralim, ein agro-industrieller wallonischer Angelpunkt, rief Jean-Claude Marcourt, wallonischer Wirtschaftsminister, bei der Pressekonferenz in Erinnerung.*

MARGUERITE HAPPY COW sein. In Zukunft könnten jedoch noch weitere Käsesorten und zusätzliche Milchprodukte hinzukommen und somit die Kette erweitern.

Die Begründer dieser Milchketten möchten durch den Einsatz von lokal erzeugtem und hoch qualitativem Futter zum Erhalt der Familienbetriebe beitragen und zudem lokale Arbeitsplätze schaffen und ein gerechteres Einkommen für die Milcherzeuger sichern.

## Die Genossenschaft FAIRCOOP



*Erwin Schöpges, der Präsident des MIG, ist stolz über das neue Produkt der Marke FAIREBEL.*

Die Genossenschaft Faircoop, die letztlich ihr fünfjähriges Jubiläum gefeiert hat, wurde durch die MIG (der belgische Ableger des EMB – European Milk Board) während der Milchkrise im Jahre 2009 gegründet. Das Ziel war das Angebot von hoch qualitativen Milchprodukten mit gutem Geschmack und zu vernünftigen Preisen. Die der Genossenschaft angeschlossenen Landwirte erhalten somit einen gerechten Erlös, was zum Erhalt der Familienbetriebe und somit von Arbeitsplätzen beiträgt und außerdem auch das Wohlbefinden der Tiere und die Umwelt berücksichtigt. Die Genossenschaft FAIRCOOP kommerzialisiert fettarme Milch, Vollmilch mit Schokoladengeschmack, Speiseeis und natürliche Vollmilch, deren Fettgehalt je nach den Jahreszeiten naturgemäß schwankt. Der unter dem Namen FAIREBEL erzielte Gewinn geht an die Genossenschaft, die ihn dann an die Genossenschaftsmitglieder weiterreicht, die selbst zur Förderung der Marke und deren Produkte beitragen. Das kostet etwas Zeit und Enthusiasmus.

Für weitere Informationen:

[www.fairebel.be](http://www.fairebel.be)

