

Angelika Eigebrecht

## **Schulmilch – direkt vermarkten**

Ein praktischer Leitfaden für Landwirte



Schriftenreihe Ökomarkt

Band 2

**Angelika Egebrecht**

**Schulmilch - direkt vermarkten**

Ein praktischer Leitfaden für Landwirte

Shaker Verlag  
Aachen 2001

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

*Eigebrecht, Angelika:*

Schulmilch - direkt vermarkten : Ein praktischer Leitfaden für Landwirte/  
Angelika Eigebrecht.

Aachen : Shaker, 2001

(Schriftenreihe Ökomarkt ; Bd. 2)

ISBN 3-8265-9359-6

Umschlagfotos: Agapi, D. Beger, U. Niemeyer

Copyright Shaker Verlag 2001

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen  
oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungs-  
anlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8265-9359-6

ISSN 1617-2213

Shaker Verlag GmbH • Postfach 1290 • 52013 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • eMail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

# Vorwort

Durch die Globalisierung der Märkte werden in großer Fülle Lebensmittel aus aller Welt in unserem Land angeboten, aber die Verbraucher sind in den letzten Jahren kritischer und gesundheitsbewußter geworden, nicht zuletzt aufgrund von Lebensmittelskandalen. Viele wünschen sich, den Ursprung der von ihnen gekauften Waren zu kennen. Wodurch ist dieser Wunsch besser zu erfüllen als in der Direktvermarktung von frischen und gesunden Produkten?

Der Schulmilchmarkt bietet eine ideale Nische für Landwirte mit Milchviehhaltung, die in die Direktvermarktung einsteigen möchten. Immer mehr Molkereien schließen ihren Betrieb, ziehen sich vom Schulmilchmarkt zurück oder liefern nur noch H-Milch. Dabei hat eine breit angelegte Studie unter deutschen Schülern ergeben, daß sie frische Milch der H-Milch gegenüber bevorzugen. Die frische Milch, die Ihre Kühe produzieren!

Diese Broschüre ist als Leitfaden für den Einstieg in die Schulmilchversorgung gedacht und soll Sie sicher durch Gesetze, Verordnungen und Berechnungen leiten. Sie ist in zwei Teile gegliedert. Der erste Teil könnte mit „Allgemeine Rahmenbedingungen der Schulmilchversorgung“ überschrieben werden und beinhaltet Rechtliches, Hygienevorschriften, Anforderungen an die Verpackung und Kennzeichnung sowie eine Muster-Preiskalkulation. Der zweite Teil beschreibt dann die Entwicklung eines Marketingkonzeptes in einfachen Worten.

Abschluß dieser Broschüre bildet ein umfangreicher Anhang mit Musterverträgen der Behörden, den originalen Gesetzestexten und eine Liste mit Bezugsquellen und Ansprechpartnern in Sachen Schulmilch.

Finden Sie heraus, ob der Schulmilchmarkt auch Ihr Markt der Zukunft ist!

Angelika Eigebrecht

Neumünster, den 22.07.2001



# Inhaltsverzeichnis

## VORWORT

	Seite
1. Allgemeine Rahmenbedingungen	1
1.1. Wer darf Schulmilch verkaufen, die durch Beihilfe gefördert ist?	1
1.2. An wen darf die Schulmilch verkauft werden?	1
1.3. Höchstpreise	1
1.4. Höchstpreise für Bio-Milch	2
1.5. Höchstmengen	2
1.6. Höhe der Beihilfe	3
1.7. Abrechnung der Beihilfe	3
1.8. Überprüfung der Einhaltung von Verpflichtungen	3
2. Rechtliches	4
2.1. Weiterverarbeitungsräume	4
2.2. Zusätzlich müssen vorhanden sein	5
2.3. Abfüllung von Konsummilch	5
3. Hygiene	6
4. Qualitätsanforderungen an die Milch	7
5. Verpackung der Schulmilch	9
6. Kennzeichnung der Verpackung	11
7. Lieferschienen	12
8. Probleme in der Schulmilchversorgung	13
9. Förderung durch Bund und Länder	14
9.1. Agrarinvestitionsförderung	14
9.2. Förderung von Einkommenskombinationen	15
9.3. Förderung im Rahmen der Regionalentwicklung	15
9.4. Förderung durch spezielle Länderprogramme	16
10. Kostenkalkulation	17
11. Das Marketingkonzept	23
FAZIT	35
ANHANG	36