

Vermarktung von Produkten aus Mutter-Kalb-Haltung

Leitpapier

Ein Projekt von Cowpassion, KAGfreiland und der Fachstelle MuKa

2025



Inhalt	Seite
Ausgangslage	2
Hintergrund	3
Problemstellungen	3
Lösungsansätze	4
1. Direktvermarktung	4
2. Zusammenarbeit mit Verarbeitern & Detailhändlern	4
3. Einzelne Projekte mit regionalen Käsereien	5
4. Grössere und kleinere regionale Direktabnehmer	5
5. Kälberabsatz für Fleisch aus MuKa-Herkunft	5
Herausforderungen bei der Umsetzung	6
Ausblick	7



Ausgangslage

Die Mutter-Kalb-Haltung oder Muttergebundene Kälberaufzucht (MuKa) benennt eine Hal-
tungsform innerhalb der Milchproduktion, wobei die Milchkuh ihr Kalb aufzieht. In der gängi-
gen Praxis wird das Kalb unmittelbar oder kurz nach der Geburt von der Mutter getrennt, um
möglichst viel Milch für den Verkauf zu melken. Bei der Mutter-Kalb-Haltung wird das Kalb
während drei bis zehn Monaten von der Mutter aufgezogen, wobei die Kuh weiterhin gemol-
ken wird.

Diese tierfreundliche Hal-
tungsform verursacht in der Milchproduktion hohe Kosten, beispie-
lsweise aufgrund des erhöhten Platzbedarfs (alle Kälber bleiben länger bei der Mutter und auf
dem Geburtsbetrieb) und der geringeren Einnahmen (20-50 Prozent geringere vermarkt-
bare Milchmenge). Ein kostendeckender Erlös (mind. 30 Rappen mehr pro Liter Milch) ist aktuell
noch schwierig zu erreichen, da erst relativ wenige Betriebe effektiv mit allen Tieren MuKa
betreiben und diese zusätzlich in der ganzen Schweiz verstreut liegen. Eine regionale Verar-
beitung von Milch ausschliesslich aus MuKa ist deshalb kaum möglich und eine nationale
Verarbeitung bedingt lange Wege für die Logistik.

Damit MuKa-Höfe mittelfristig überleben können und sich eine Muttergebundene Kälberauf-
zucht in der Milchproduktion etablieren kann, sind zwingend Marktlösungen nötig. KAGfrei-
land, Cowpassion und die Fachstelle MuKa organisierten daher einen Workshop zum Thema
Vermarktung von Produkten aus Mutter-Kalb-Haltung, wobei Fachpersonen aus Produktion,
Verarbeitung und Vermarktung ihre Erfahrungen und Ideen für Lösungsansätze diskutierten.
Auf dieser Diskussionsgrundlage wurde dieses Leitpapier erarbeitet, mit dem Ziel, bereits
praktizierende und Betriebe mit Interesse an MuKa in der Vermarktung zu unterstützen und
Produkte aus Mutter-Kalb-Haltung für Konsumentinnen und Konsumenten verfügbar zu ma-
chen.

Hintergrund

Seit Juli 2020 ist es aufgrund einer Verordnungsrevision auch in der Schweiz erlaubt, Milch von säugenden Kühen abzuliefern. Das Interesse an einer Muttergebundenen Kälberaufzucht ist seitens Landwirtinnen und Landwirten seither steigend, insbesondere bei jüngeren Generationen und jungen Familien. Auch Konsumentinnen und Konsumenten zeigen zunehmend Interesse an Milch und Milchprodukten aus einer gemeinsamen Haltung von Kuh und Kalb: sowohl Cowpassion als auch die Fachstelle MuKa erhalten wöchentlich Anfragen zu Produkten aus MuKa (hauptsächlich Trinkmilch).

In den verschiedenen Ländern haben sich in den letzten Jahren Projekte für die Vermarktung von Produkten aus einer Muttergebundenen Milchproduktion entwickelt. Einige Beispiele für Produkte/Labels aus MuKa aus dem Ausland:

- Schottland: The Ethical Dairy ► Käseversand per Post
- Neuseeland: Happy Cow Milk ► Pasteurisierung, Transport und Verkauf von Milch in speziell angefertigten Behältern in Form von kleinen Kühltanks
- Deutschland: De Ökomelkburen ► Genossenschaft hat eigene Verarbeitung aufgebaut und liefert Milch(-produkte) in den Handel (Supermärkte Rewe und Edeka)
- Niederlande: Kalverliefde ► mit 3 (grossen) Betrieben gestartet Milch in den Handel zu liefern, wächst seither stetig (Sortiment verbreitert, zusätzliche Verkaufsstellen)

Problemstellungen

1. **Geringere Milchmenge für den Verkauf:** Je nach System und Umsetzungsform kann der Betrieb 20-50% weniger Milchmenge verkaufen im Vergleich zu vor der Umstellung. Interessierte Einsteiger fragen nach einem Abnehmer, der die Milch mit einem höheren Milchpreis entschädigt und in einen separaten Kanal fliessen lässt. Dieser um mind. 30% höhere Milchpreis ist erforderlich, damit der Betrieb seine Umsatzeinbusse, welche durch die mit dem Kalb geteilte Milch erfolgt, kompensieren zu können. Bis heute gibt es in der Schweiz keinen Abnehmer für Milch aus Mutter-Kalb-Haltung, ein Grossteil der Milch von MuKa-Höfen fliesst in den herkömmlichen Milchkanal zum regulären Preis.
2. **Patt-Situation:** Sobald die Verarbeitung resp. Vermarktung gesichert ist und ein entsprechender Milchpreis geboten wird, würden diverse Betriebe auf MuKa umstellen wollen, wie Gespräche der Fachstelle MuKa mit interessierten Landwirten und Landwirtinnen zeigen. Von Seiten Abnehmer ist jedoch die aktuell verfügbare Gesamtmenge noch zu tief, um sich damit zu befassen (hohe Kosten für separate Verarbeitung kleiner Mengen). Produzenten warten auf einen Verarbeiter, der MuKa-Milch entsprechend entschädigt, Verarbeiter wiederum wollen eine grössere Anzahl an Betrieben um erst einzusteigen, was eine klassische Patt-Situation darstellt.
3. **Bedenken bzgl. Hygiene:** Verarbeiter und Käserinnen zeigen Bedenken was die Hygiene der Milch von säugenden Kühen anbelangt. Die Zweifel, dass die Verarbeitung von Milch aus MuKa wirklich rechtens ist oder die Befürchtung, MuKa würde die

Milchqualität negativ beeinflussen, halten Verarbeiter bisher davon ab Milch aus MuKa separat zu verarbeiten.

4. **Herausforderungen Handel:** Ein Interesse der Grossverteiler an Produkten aus MuKa kam erst nach steigendem Medieninteresse. Detailhändler haben Bedenken, dass ein Kannibalisierungseffekt eintritt und zweifeln gleichzeitig an der Zahlungsbereitschaft der Konsument:innen für einen höheren Milchpreis. Der Handel stellt hohe Anforderungen an Mindestmengen, konstanter Lieferung und Akzeptanz in allen Filialen.

Fazit: MuKa stellt eine naturnahe Form der Milchproduktion dar, welche mit sehr hohem Tierwohl für Kuh und Kalb einhergeht, die Zufriedenheit der Betriebsleitenden und die Freude an der täglichen Arbeit erhöht. Die Nachfrage aus der Bevölkerung nach entsprechenden Produkten ist vorhanden, jedoch fehlt das Verbindungsglied der Verarbeitung / Vermarktung.

Es besteht zudem ein gewisser **Zeitdruck** eine Lösung für die Vermarktung dieser Milch zu finden, weil die bestehenden MuKa-Betriebe jeden Monat ohne angepassten Milchpreis weiter Verluste machen und diese Situation aufgrund der finanziellen Einbussen nicht lange haltbar ist.

Lösungsansätze

Aktuelle Lösungsansätze der bestehenden MuKa-Höfe sind: Direktvermarktung, Querfinanzierung mit anderen Betriebszweigen und/oder Tätigkeiten im Nebenerwerb, Spenden und Tierpatenschaften. Bisher geht der grösste Teil der Milch von Schweizer MuKa-Höfen in den herkömmlichen Kanal, zum gängigen Milchpreis.

Übergeordnetes Ziel

Milchabsatz in einen separaten Kanal, d.h. **separate Verarbeitung mit einem Milchpreis der um mind. 30% höher liegt** im Vergleich zu Milch aus getrennter Haltung von der Milchkuh und ihrem Kalb.

1. Direktvermarktung

Direktvermarktung ist nur für einzelne Betriebe möglich und meist kann nur ein (kleinerer) Teil der Milch über Direktvermarktung abgesetzt werden (Gesamtmilchmenge pro Betrieb beträgt üblicherweise mehrere hundert Liter pro Woche).

Voraussetzung: gute öffentlich-zugängliche Lage des Betriebs, Ressourcen für die Hof-eigene Verarbeitung, eher kleinere Betriebe (grössere Milchmengen kaum ausschliesslich über Direktvermarktung absetzbar)

2. Zusammenarbeit mit Verarbeitern & Detailhändlern

Ohne die Zusammenarbeit mit Verarbeitern (Molkereien, Käsereien) wird sich die Mutter-Kalb-Haltung nicht etablieren können. Für eine flächendeckende Verbreitung ist zudem der

Einstieg durch Detailhändler wichtig. Die grösste Hürde sind aktuell Verarbeiter und Käserinnen, die Milch aus MuKa nicht abkaufen und separat verarbeiten wollen. Aufgrund hygienischer Bedenken bzgl. Milch aus MuKa-Herkunft, ist die Sensibilisierung und Aufklärung der Branche in Form von Verbreitung von wissenschaftlichen Daten und Fakten dazu elementar. Ebenso weitere Untersuchungen und Studien, die Werte und Inhaltsstoffe von Milch von säugenden Kühen aufzeigen.

Bedenken gelten zudem auch der Zahlungsbereitschaft von Konsument:innen für Milch(produkte) aus MuKa. Auch hier ist Aufklärungsarbeit wichtig, um darlegen zu können, wie der höhere Produktpreis zustande kommt und weshalb dieser Voraussetzung ist, damit sich eine Mutter-Kalb-Haltung in der Milchproduktion etablieren kann.

3. Einzelne Projekte mit regionalen Käsereien

Auch um mit regionalen Käsereien Projekte zu MuKa-Produkten aufgleisen zu können, sind Aufklärung, Sensibilisierung, Forschungsprojekte und Weiterbildungen für Käser:innen Voraussetzung. Käserinnen müssen darauf vertrauen können, dass sie nicht widerrechtlich handeln und qualitative hochstehende Produkte auch aus Milch von säugenden Kühen hergestellt werden können. Auch ist es für Verarbeiter wichtig zu wissen, in welchen Bereichen Milchinhaltsstoffe von säugenden Kühen im Vergleich zu nicht-säugenden Kühen variieren können (z.B. im Fettgehalt).

Aktuelles Schweizer Beispiel

Mittels eines Crowdfundings durch Cowpassion, konnte das Geld für den Aufbau einer kleinen regionalen Käserei im Emmental BE zusammengebracht werden. Diese MUKA Käserei AG konnte Anfang 2025 in Betrieb genommen werden, verarbeitet ausschliesslich Milch aus MuKa und kann auch Kleinmengen separat verarbeiten.

4. Grössere und kleinere regionale Direktabnehmer (Gastro)

Auch gewisse (kleinere) Gastronomien und Kaffees zeigen zunehmend Interesse an Milch und Milchprodukten aus der tierfreundlichen Mutter-Kalb-Haltung. Hier können auch Zusammenarbeiten zwischen einzelnen Höfen und entsprechenden Direktabnehmern in der gleichen Region entstehen. Herausforderungen hierbei: Transport und Verarbeitung (falls nötig).

Aktuelles Schweizer Beispiel

Die kleine Zürcher Glacé-Manufaktur Gelatissimo kauft direkt einem MuKa-Hof wöchentlich Milch ab, um damit Gelato mit Milch aus Mutter-Kalb-Haltung herzustellen.

5. Kälberabsatz für Fleisch aus MuKa-Herkunft

Aufgrund der Tatsache, dass MuKa-Betriebe ihre Kälber nicht auslagern, sondern alle männlichen und weiblichen Kälber bis zur Entwöhnung auf dem Geburtsbetrieb behalten, ist für

diese Tiere im Schlachtagter ein Absatzkanal nötig. Auch hier gibt es bis heute keinen separaten Kanal für Tiere aus MuKa-Herkunft.

Solche Produkte könnten aufgrund des Alleinstellungsmerkmals ausgelobt werden. Produzentinnen und Produzenten sind sehr interessiert an einem Abnehmer für ihre Tiere, die dann als Fleisch aus tierfreundlicher Mutter-Kalb-Haltung vermarktet werden können, jedoch bestehen unterschiedliche Präferenzen der Produzenten in Bezug auf das Schlachtagter der Tiere (Kalb- vs. Rindfleisch). Auch ist es vielen MuKa-Produzent:innen ein Anliegen, dass Tiere nicht lange transportiert werden müssen, was wiederum auch mit den hohen Tierwohlansprüchen der Mutter-Kalb-Haltung einhergeht. So sind auch Projekte mit Hofötungen in Erwägung zu ziehen, was jedoch wiederum die Vermarktung/den Absatz des Fleisches erschwert.

Herausforderungen bei der Umsetzung

1. Ohne Kalb keine Milch: Noch immer ein grosser Teil der Bevölkerung weiss nicht, dass eine Milchkuh rund jährlich ein Kalb gebärt und von diesem direkt nach der Geburt getrennt wird. Vielen Konsument:innen ist zudem nicht bewusst, dass es einen Unterschied gibt zwischen Mutterkuhhaltung und MuKa.

Massnahme Aufklärung und Sensibilisierung der Bevölkerung

2. Standort Direktvermarktung: Die Bereitschaft von Konsument:innen, mehr Zeit zu investieren für ihren Einkauf und z.B. den Weg zu einem Hofladen auf sich zu nehmen ist selten gegeben (sogar bei Milchautomaten vor einem Bio-Fachgeschäft hat dies nicht funktioniert). Es bestehen daher hohe Anforderungen an Standorte, damit eine Direktvermarktung funktionieren kann. Auch wenn ein Automat mit Produkten direkt in der Stadt platziert werden kann, funktionieren bei weitem nicht alle Standorte. Der Standort muss nicht nur gut frequentiert sein, sondern die Leute müssen auch Zeit haben, wenn sie an diesem Standort sind (z.B. Haltestelle ÖV o.ä.)

Massnahme auf Bedürfnisse von Konsument:innen eingehen und die Verfügbarkeit von Produkten möglichst einfach machen → Produkte in Supermärkten verfügbar machen.

3. Offenheit der Verarbeiter gegenüber Milch von säugenden Kühen: aufgrund der Gesetzgebung war das Abliefern von Milch von säugenden Kühen bis 2020 nicht legal. Nach wie vor bestehen Bedenken was die Hygiene von Milch aus MuKa-Herkunft anbelangt.

Massnahme Aufklärung und Sensibilisierung der Verarbeiter:innen, sowie die Erarbeitung weiterer Fakten und Studien zu Milch von säugenden Kühen.

4. Logistik der Milch (Kosten, Zeit, Distanz): Die Mehrkosten aus Milchtransporten bewegen sich in der gleichen Grössenordnung wie Mehrkosten aufgrund MuKa. Dies bedeutet, wenn die Transportkosten zulasten der Milchproduzenten gehen, wird dadurch der gesamte MuKa-Mehrerlös (von 30%) auf Null reduziert.

Massnahme Auch die Transportkosten müssen auf den Verkaufspreis gegenüber dem Endverbraucher addiert werden. Dies wiederum erhöht entsprechend den Verkaufspreis der Milch aus MuKa. Je mehr Höfe Milch unter MuKa produzieren, umso höher werden die Gesamtmilchmengen, was sich wiederum auf eine Reduktion der Transportkosten auf den einzelnen Liter Milch niederschlägt.

Ausblick

Abschliessend kann festgehalten werden, dass eine zunehmende Zahl an Konsumentinnen und Konsumenten sich nach Milchprodukten aus Mutter-Kalb-Haltung (MuKa) erkundigt. Entsprechende Produkte einfach verfügbar zu machen, erfordert **umfangreiche Aufklärungsarbeit** in der Branche und **erfolgreiche Pilotprojekte**, welche den Markteinstieg auch für grössere Player ebnen. Durch eine **Ausdehnung der Menge** können auch die anfänglich hohen Logistikkosten gesenkt werden.

Herausgeber:

Verein Cowpassion, www.cowpassion.ch

KAGfreiland, www.kagfreiland.ch

Fachstelle MuKa, Förderverein Mutter-Kalb-Haltung, www.mu-ka.ch

Herausgabedatum:

März 2025

Autorinnen:

Evelyn Scheidegger (Cowpassion), Chiara Augsburger (KAGfreiland), Cornelia Buchli (Fachstelle MuKa)

Bildnachweis: Fachstelle MuKa