

„Sagt, was los ist,  
erzählt von euch,  
von eurer Familie  
und den Tieren!“



Bild: Weidefunk

Wie Geschichten  
von guter Tierhaltung  
den Wert unserer  
Lebensmittel stärken

Inga Ellen Kastens hat den Weidefunk ins Leben gerufen: ein Online-Magazin für Verbraucher\*innen, das über artgerechte Tierhaltung informiert und von Menschen und ihrer Landwirtschaft erzählt.

Deshalb besucht sie Höfe in ganz Deutschland und erzählt deren Geschichten.

Anfang September war Inga Ellen Kastens auf dem Klosterhof Bünghausen in Gummersbach, NRW, zu Gast. Dort saßen wir gemeinsam mit Biokreis-Landwirt Peter Schmidt am Küchentisch und sprachen über den Weidefunk, den Wert der Lebensmittel und Wertschöpfung in der Nische.

Aufgeschrieben von Stephanie Lehmann

**Stephanie:** Inga, seit wann gibt es den Weidefunk?

**Inga:** Angefangen habe ich vor gut einem Jahr, und zwar ausschließlich wegen der Tiere. Ich war lange Zeit Veganerin und sehr intolerant gegenüber Fleischesser\*innen. Ich konnte nicht verstehen, wie Menschen noch Fleisch und Milch anrühren können. Bis heute habe ich nicht begriffen, wie Menschen mit ihrem Einkauf die industrielle Tierhaltung unterstützen können.

Dann habe ich einen Artikel über Anna Butz gelesen, eine vegane Landwirtin. Das Hamburger Morgenblatt schrieb: „Diese Landwirtin begleitet ihre Tiere bis in den Tod“. Als ich mich näher mit ihr beschäftigt habe, war das für mich ein Aha-Moment: Wenn diese Frau es verantworten kann, ihre Tiere zu töten, dann ist es in Ordnung, Fleisch dieser Herkunft zu essen.

**Stephanie:** Heute erzählst Du von Menschen wie Anna Butz und isst gelegentlich auch wieder Fleisch.

**Inga:** Ja, weil ich eines verstanden habe: Die Menschen wollen zum Leid nicht hinschauen. Mein Gedanke ist also: Wenn ihr das Leid nicht sehen wollt, liebe Verbraucher\*innen, dann zeige ich euch eben das Schöne. Heute propagiere ich Fleisch- und Milchkonsum, aber nur von Höfen, auf denen ich war und bei denen ich mit den Menschen gesprochen habe. Ich will verstehen, was das für Menschen sind. Dazu gehören auch Höfe, die vielleicht noch eine Mastschweineanlage haben, die aber nach und nach abgebaut wird. Mir geht es immer darum, in welche Richtung sich ein Hof entwickelt und wie die Menschen ticken.

**Stephanie:** Hast Du den Eindruck, dass das funktioniert? Reagieren die Verbraucher\*innen auf das Schöne?

**Inga:** Ja, der Weidefunk trifft definitiv einen Nerv. Ich kriege sehr viele Zuschriften von Leser\*innen, weil der Weidefunk als Vertrauensinstanz gesehen wird. Deshalb will ich noch mehr Höfe, Metzgereien und

vor allem Menschen kennenlernen und besuchen. Peter, erzähl Du mal – woher kommt das ökologische Denken bei Dir?

**Peter:** Zum einen komme ich aus einer naturverbundenen Familie, zum anderem wusste ich, dass ich nie einen großen Betrieb haben würde. Ich bewirtschaftete zusammen mit meiner Frau Susanne 21 Hektar. Wir wollen keine Masse produzieren, weil wir das auch gar nicht können. Also produzieren wir Bio-Produkte für die Region, Nischenprodukte.

**Inga:** Was vermarktet Ihr denn?

**Peter:** Unser Kernprodukt ist Fleisch vom Roten Höhenvieh, das ist ein sehr gutes Fleisch, einige erfahrene Kund\*innen sagen, das sei von der Qualität nah am Wagyu-Rind. Wir haben nur Weidefutter, kein Kraftfutter. Wir füttern Gras und Heu und schlachten mobil am Hof. Bei uns bestellen die Kund\*innen über eine Bestellliste. Es gibt keine Pakete, dafür bieten wir viele besondere Stücke an, die heute so beliebten Special Cuts. Wir schlachten nur fünf- bis sechsmal im Jahr Färsen und Ochsen und alle paar Jahre mal einen Bullen. Damit wirtschaften wir komplett anders als ein Großbetrieb und verlangen deshalb auch ganz andere Preise. Wir nehmen 18 Euro für das besonders beliebte Kilogramm Hackfleisch und dann aufwärts. Der Preis ist ein wichtiges Thema: Viele Bauern und Bäuerinnen haben aus meiner Sicht ein Gefühl für den Wert, den sie produzieren, aber sie haben entweder nicht die Vermarktung dafür, diesen Wert zu realisieren, oder sie trauen sich nicht, ihn umzusetzen und entsprechende Preise zu verlangen.

**Inga:** Der Preis sagt aber etwas über den Wert einer Sache. Und deswegen ist es für mich eine Farce, von teurem Fleisch und billigem Fleisch zu sprechen. Wir müssen unbedingt erst über den Wert eines Produkts sprechen bevor wir den Preis diskutieren. Ich werde wütend, wenn jemand sagt „Teures Fleisch kann ich mir nicht leisten“.



Auch beim Rundgang über den Klosterhof Bünghausen riss das Gespräch nicht ab: (v.l.n.r.) Peter Schmidt, Inga Ellen Kastens, Stephanie Lehmann | Bild: Weidefunk



Auf der Weide von Peter Schmidt gab es Gelegenheit, die Schafe näher kennenzulernen. | Bild: Biokreis





Inga Ellen Kastens, Stephanie Lehmann und Peter Schmidt beim regen Austausch über Agrarpolitik und Landwirtschaft. | Bild: Weidefunk

**Stephanie:** Der Ansatz in der Marktwirtschaft ist ja der: Preise werden nicht über die Kosten bestimmt, die bei der Erzeugung eines Produkts entstehen, sondern über Angebot und Nachfrage. Je seltener ein Produkt ist, umso teurer ist es also. Sonst, so die Argumentation, würde kein Wettbewerb entstehen, der Hersteller\*innen dazu antreibt, ihre Kosten zu minimieren. Aber dieses System kann man meiner Meinung nach nicht ernsthaft auf die Herstellung von Lebensmitteln übertragen.

**Inga:** Das ist der Punkt!

**Stephanie:** Vielleicht gibt es auch in der Landwirtschaft Möglichkeiten, in bestimmten Bereichen effizienter zu wirtschaften, das will ich gar nicht ausschließen. Aber wir sehen ja, welche Art von Tierhaltung diese Denkweise in der konventionellen Landwirtschaft hervorgebracht hat. Da kann man nicht sagen: Das muss so sein, weil das marktwirtschaftliche System so funktioniert.

**Inga:** Jetzt werden regelmäßig die Verbraucher\*innen dazu aufgerufen, die Wertigkeit der Produkte wieder voranzubringen. Aber für die Verbraucher\*innen ist es gar nicht mehr so leicht, hinter die Mauern zu schauen, die von der Industrie mit Hilfe der Werbung aufgebaut wurden.

**Stephanie:** Ich finde es sowieso problematisch zu sagen: Die Verbraucher\*innen müssen es richten und den Bio-Markt entwickeln. Das ist für mich ein Ärgernis. Man kann nicht erwarten, dass alle Menschen von sich aus bereit sind, mehr Geld auszugeben. Das ist eine Überforderung.

**Inga:** Ich glaube dennoch fest daran, dass ein Wandel stattfindet. Es werden immer mehr, die zum Hofladen gehen oder die direkt beim Bauern oder der Bäuerin einkaufen. Diese Entwicklung, die jetzt begonnen hat, die ist gekommen, um zu bleiben. Ich sehe, wie viele sich engagieren und wie viele

kreative landwirtschaftliche Konzepte es inzwischen gibt. Sie alle haben etwas gemeinsam: Sie öffnen Tür und Tor. Diese gelebte Transparenz, die finde ich genial. Ich habe mittlerweile unzählige Höfe besucht und jeder einzelne von denen sagt: Das Schönste, was uns passieren kann, ist, dass Menschen zu uns kommen. Das wird mit einem Industrie-Label niemals zu schaffen sein. Aber diese Menschen und diese Betriebe müssen sichtbar werden. Das ist mein Bestreben und deshalb gibt es den Weidefunk. Der Weidefunk hat den Zweck, die Lebensgeschichten der Menschen zu erzählen, die sich gesagt haben: Ich leite meinen Betrieb anders. Die mutig vorangehen oder mit neuen Konzepten arbeiten.

**Stephanie:** Ich merke, dass vor allem die Quereinsteiger\*innen in der Landwirtschaft anders an die Dinge rangehen. Sie haben oft ein gutes Gefühl für das notwendige Storytelling und für die Inwertsetzung ihrer Erzeugnisse.

**Peter:** Du musst heute als Bauer oder Bäuerin auch digital aufgestellt sein. Wir machen jede Woche Posts mit Berichten über unseren Hof. Für viele ist es eine Freude, das zu lesen. Außerdem richten wir jetzt einen Online-Shop ein. Aber nicht für Fleisch, das ist uns zu unpersönlich. Wir wollen den Leuten zeigen, was wir hier tun. Und wenn sie auf den Hof kommen, schauen sie sich auch um.

**Inga:** Das ist doch die größte Stärke, die ihr habt: Ihr könnt einfach eure Lebensgeschichte erzählen! Sagt, was los ist, erzählt von euch, von eurer Familie und den Tieren! Sagt, was gut ist, sagt, was schlecht ist – das Herz auf den Tisch. Eine Geschichte muss wahrhaftig sein. Ist sie es nicht, spürt man das.

**Stephanie:** Ja, eigentlich gilt es, einfach das zu erzählen, was da ist. Du musst nur das Positive nehmen und es nach außen tragen. Es muss ja nicht perfekt sein.



„Du musst heute als Bauer oder Bäuerin auch digital aufgestellt sein.“

**Peter:** Es darf beim Bauern sowieso nicht ganz perfekt sein. Wenn die Leute nicht mehr glauben, dass ich Bauer bin...

**Inga:** Viele Landwirt\*innen haben bisher nichts über Marketing lernen müssen. Das ist aber aus meiner Sicht der entscheidende Punkt: Vermarktungskonzepte zu finden. Viele Bäuerinnen und Bauern glauben, dass die üblichen Vertriebsstrecken ausreichen. Das ist aber ein Trugschluss. Wenn der Zugang für Verbraucher\*innen nicht einfach ist, dann gehen sie lieber in den Supermarkt.

Peter, Du führst den Hof mittlerweile im Vollerwerb, hast eine treue Kundschaft. Würdest Du Dir trotzdem wünschen, dass es noch andere Vermarktungswege gäbe? Wie könnten mehr Menschen Zugriff auf Deine Produkte erhalten?

**Peter:** Wir würden, wenn überhaupt, nur mit Bioläden um die Ecke kooperieren, die unsere Geschichte transportieren können. Wir sind ja von Anfang an regional und bio, das ist unsere Philosophie.

**Stephanie:** Im Laden muss man die Geschichten hinter den Produkten ausführlich erzählen, am Hof vermitteln sie sich von ganz allein. Deswegen sind Hofläden aus meiner Sicht ein wichtiges Angebot, um die Kommunikation zwischen Landwirtschaft und Verbraucherschaft, die an vielen Stellen abgebrochen ist, wieder in Gang zu bringen.

Insgesamt sollte die Versorgung mit Lebensmitteln wieder

regionaler werden. Der Ansatz vom Biokreis ist es, vor allem regionale Strukturen aufzubauen. Und da ist die Kooperation mit Lebensmittelhändler\*innen vor Ort wichtig, denn man wird nicht alle Menschen in die Hofläden bringen.

**Inga:** Eine Frage, die mich interessiert: Die muttergebundene Kälberaufzucht ist bei keinem Bio-Verband vorgegeben. Gibt es Bestrebungen, die Richtlinien in dieser Hinsicht anzuheben?

**Stephanie:** Es gibt einige wichtige Entwicklungsthemen im Ökolandbau: muttergebundene Kälberaufzucht, Schlachtung oder auch die Schweinehaltung im Ökolandbau sind für mich solche Themen. Schweine sollten nicht nur Stroh zur Verfügung haben, sondern auch Kontakt zu natürlichem Boden. Da gibt es also einige Themen, die Entwicklung brauchen. Es ist aber nicht sinnvoll, die Richtlinien zu heben, und alle, die sie nicht erfüllen, müssen den Verband verlassen. Ich denke, hier ist der fachliche Austausch untereinander ein Schlüsselement, die Fortbildung zu diesen Themen. Wenn das Wissen da ist und die Umsetzung möglich, kann das langfristig auch zu einem neuen Standard werden.

**Peter:** Ich finde das Thema auch wichtig und fände den Schritt zu muttergebundener Aufzucht in der Milchviehhaltung interessant. Aber die Molkereien müssen diese Milch auch für einen wesentlich höheren Preis einkaufen, sonst machen die Bauern und Bäuerinnen nicht mit. Das ist der Knackpunkt. Das Thema allein den Erzeuger\*innen aufzulasten, macht keinen Sinn. Die Landwirt\*innen müssen es können, aber eine Molkerei muss auch bereit sein, dieses Nischenprodukt zu vermarkten.

**Inga:** Genau das ist meine Frage: Kann so ein Konzept funktionieren, wenn wir die Vermarktung und die gesamte Wertschöpfungskette ausblenden? Ich kenne viele Milchviehbetriebe, die muttergebundene Aufzucht wollen, aber sie können es finanziell nicht umsetzen.

**Peter:** Wir haben einige Betriebe bei uns, die sich peu à peu von den Molkereien abkoppeln und eine eigene Käse- und Milchverarbeitung aufbauen. Bei denen ist langfristig die Perspektive da, dass sie Konzepte wie die muttergebundene Kälberaufzucht umsetzen können, denn sie kreieren sich ihren eigenen Markt. Und du musst dich aus dem Massenmarkt abkoppeln und eigene Märkte entwickeln. Das ist der spannende Punkt.

**Inga:** Deswegen geben wir beim Weidefunk auch den Hinweis an die Verbraucher\*innen: Bei jedem dritten Einkauf die Augen aufmachen! Bei 82 Millionen Menschen macht das etwas aus. Wir geben also sanfte Stupser. Wenn wir damit anfangen, dann wird das einen positiven Effekt haben.

Weiterlesen:  
www.weidefunk.de