

Die Milch von nebenan

Lilienthaler Hofmolkerei Dehlwes profitiert von steigender Nachfrage nach Bio-Produkten und will expandieren

Bei der Lilienthaler Hofmolkerei Dehlwes steigen Absatzmenge und Umsatz seit Jahren an. Jetzt will die Eignerfamilie investieren, um die wachsende Nachfrage auch künftig bedienen zu können: Molkerei, Hofladen und Ställe sollen für gut eine Million Euro erweitert werden.

VON KRISCHAN FÖRSTER

Bremen. Der Giebelkarton mit dem praktischen Schraubverschluss, das war der entscheidende Durchbruch. 100.000 Euro hatte vor sechs Jahren die neue Abfüllmaschine gekostet, viel Geld für Elke und Gerhard Dehlwes, Besitzer der nach ihnen benannten Hofmolkerei. Doch die Investition machte sich bezahlt. „Wir haben ruckzuck die doppelte Menge Milch verkauft“, erzählt Gerhard Dehlwes. Seitdem wird es immer mehr.

Noch vor zehn Jahren waren es 9000 Liter pro Woche, inzwischen wird die gleiche Menge am Tag produziert. Knapp zwei Millionen Liter sind es im Jahr. Nur die reine Trinkmilch. Weitere 2,2 Millionen Liter werden für mittlerweile 14 andere Produkte gebraucht – für Fassbutter, Fruchtojoghurt, Schichtkäse, Quark, Schmand, Schlagshahne, alles in Bio-Qualität. Und auf allen Kartons prangt die Marke Dehlwes. „Wir verkaufen ausschließlich unter eigenem Namen“, sagt der Chef. Aus der Region für die Region, das ist der Wahlspruch.

Aufgewachsen ist Gerhard Dehlwes in Trupe, dem ältesten Ortsteil von Lilienthal, 1075 erstmals urkundlich erwähnt. Die Gehöfte auf Wurtten gebaut, auf künstlichen Hügeln aus Klei, Stallmist und Siedlungsschutt, um vor dem Hochwasser der nahe Wümme sicher zu sein. Bauernland, seit vielen Generationen schon. Links und rechts einer schmalen Straße liegen die Gehöfte, an ihrem Ende der weitläufige Dehlwes-Hof. 30 Milchkühe gab es, als Dehlwes Ende der 70er Jahre zusammen mit seiner Frau Elke den Hof übernahm. Geliefert wurde damals auch schon nach Bremen, aber es war noch herkömmlich erzeugte Milch, Bio kam erst viel später.

Bis 1996 gab es nur die nahezu unbehandelte Vorzugsmilch. Doch dann kam eine der vielen Lebensmittelkrisen, ausgelöst vom EHEC-Keim. Von einem auf den anderen Tag war die Milch aus Lilienthal nicht mehr gefragt. „Wir haben damals und auch später noch schwere Zeiten durchgemacht“, sagt Elke Dehlwes. „Aber wir haben uns immer wieder berappelt.“

Die Kunden wollten Bio-Milch

Off machte sich damals ihr Mann auf den Weg in die Supermärkte, für Verkostungen. Und immer wieder fragten ihn die Kunden, woher seine Milch eigentlich stammt. Wie die Kühe gefüttert werden. Das brachte Gerhard Dehlwes zum Umdenken. Ihn, den konventionellen Landwirt, der seinen Beruf ausübte, wie er es gelernt hatte. Der seinen Kühen industrielles Futter gab, Antibiotika und auch Schädlingsbekämpfungsmittel einsetzte. Seine Milch sei trotzdem gut gewesen, besser als die der anderen, sagt er. Aber eben auch teurer. Und das machte es schwierig, sie zu vermarkten und nicht unter das Preisdiktat der Supermarktketten zu fallen. Den entscheidenden Anstoß gaben letztlich die Kunden. Sie wollten Bio für den höheren Preis.

Auch besuchte der Landwirt ein Seminar über Bio-Landwirtschaft. Ein halbes Jahr besprachen sich die Eheleute, rechneten alles durch, dann krepelten sie den Betrieb vor zwölf Jahren um. Ein Risiko. „Wir hatten ja wenig Ahnung und mussten viel dazulernen.“ Bio war damals bei weitem nicht so bekannt und gefragt wie heute. Und die Verbandsoberen in der deutschen Landwirtschaft hielten rein gar nichts davon. „Wir hatten sie alle zur Eröffnung eingeladen“, erzählt der Landwirt. „Nur gekommen ist kein einziger.“ Bio-Bauern galten vielen als weltfremde Öko-Spinner, der bäuerlichen Wirklichkeit entrückt, scheinbar weit entfernt vom Markt und dem wirtschaftlichen Erfolg.



Seit Ende der 70er Jahre betreiben Gerhard und Elke Dehlwes ihre Hofmolkerei in Lilienthal – mit wachsendem Erfolg.

FOTOS: KOSAK-FÖRSTER

Dehlwes aber schaffte den Umstieg. Das Futter – frisches Klee gras, Getreide, Mais – stammt zum größten Teil vom eigenen Acker, rund 250 Hektar sind es insgesamt. Der Rest ist zugekauftes Kraftfutter. „Chemie“ dagegen wurde mit der Umstellung vom Hof verbannt, es gibt sie seither nicht im Futter, nicht bei den Tieren und auch nicht in der Molkerei. Kein künstlicher Dünger, Medikamente nur im Notfall, in der Molkerei wird auf Geschmacksverstärker oder Zusatzstoffe verzichtet.

Seine Milch lieferte der Lilienthaler zunächst an Naturkostläden und Großabnehmer, bis er es schließlich in die Regale von drei großen Supermarktketten schaffte. Zuerst gab's dort die Milch in Flaschen, danach in Schläuchen, „beides offenbar für den Kunden nicht optimal“, sagt der 59-Jährige. Als dann aber vor sechs Jahren die Dehlwes-Milch, wie alle Konkurrenzprodukte auch, im Giebelkarton mit Schraubverschluss zu haben war, schoss der Umsatz in die Höhe. Wieder hatten die Dehlwes dazugelernt.

Qualitativ besser zu sein, war nur das eine. „Um viel gekauft zu werden, musste das Produkt offenbar in der gleichen Standardverpackung wie jede andere Milch stecken“, sagt Elke Dehlwes. Begünstigt wurde der Erfolg ausgerechnet vom Molke rei-Riesen Nordmilch, der seine Regionalmarke „Bremerland“ einstellte – so gab es mehr Platz im Regal für die Milch aus Lilienthal.

So wurden aus 30 Kühen erst 150, heute sind es 250. Und selbst diese Herde ist zu klein geworden. Inzwischen verarbeitet die Molkerei auch die Milch von vier anderen Bauern. „Sie sind aber alle gleich um die Ecke“, sagt Gerhard Dehlwes. Einer stammt aus Lilienthal, die drei anderen aus dem Bremer Norden, keiner weiter entfernt als sieben Kilometer. So bleiben die Transportwege kurz, auch das gehört für Dehlwes zum Frische-Versprechen und zu einer nachhaltigen Produktion, die zu 70 Prozent in den Einzelhandel und zu einem Drittel an Großabnehmer wie Kliniken,

Mensen oder in die VW-Autostadt in Wolfsburg geliefert wird. Dazu gibt es noch den eigenen Hofladen. Und wer sich schon mal auf den Weg nach Lilienthal macht, kann sich gern ausgiebig auf dem Hof umsehen. „Wir haben nichts zu verbergen“, sagen die Dehlwes.

Demnächst will Dehlwes anbauen. Der Hofladen soll größer werden, die Molkerei braucht neue Kühlräume. Dafür muss ein alter Stall verschwinden und an anderer Stelle wieder aufstehen. Mit viel Licht und frischer Luft und einem eigenen Boxenplatz für jede einzelne Kuh. „Die Tierhaltung macht den Unterschied“, sagt Elke Dehlwes. Sie sei schonender, gesünder, weniger auf Leistung getrimmt.

Morgens um sechs wird gemolken

Morgens um sechs geht es für die ersten Kühe in die Melkanlage, viereinhalb Stunden lang, nachmittags folgt der zweite Durchgang. Am nächsten Tag ist die Milch im Laden. Eine Kuh aus der industriellen Haltung schafft bis zu 9000 Liter pro Jahr. Bei den Dehlwes-Tieren sind es 2000 Liter weniger. „Aber dafür sind unsere Tiere robuster und leben länger.“ Und das rechne sich dann auch wirtschaftlich. Meist liegen die Kühe einfach nur wiederkäuend in ihren Boxen. „Das zeigt, dass es ihnen gut geht“, sagt Gerhard Dehlwes. Wären sie dagegen unruhig, würden ihre Mäuler neugierig dem Besucher entgegenstrecken oder laut muhen, wie es der Städter vielleicht erwartet, würde ihnen etwas fehlen. „Dann wären sie unzufrieden.“

Bio bei Dehlwes ist viel Handwerk, kein voll automatisierter Betrieb, ob auf dem Acker, im Stall oder in der Molkerei. Der Schichtkäse, zum Beispiel, wird noch per Hand gestrichen und einzeln in Papier eingeschlagen. Der Ertrag ist geringer, der Aufwand größer – deshalb bleibt Bio teurer. Der Liter Milch kostet im Schnitt zehn Cent mehr gegenüber einer namenlosen Handelsmarke. Als Regionalanbieter mit einem klar abgegrenzten Einzugsgebiet zwischen Oldenburg, Bremerhaven, Roten-

burg und Wolfsburg sei man zwar nicht vom Weltmarkt abhängig. „Aber Preisdruck erleben wir auch.“

Eine Supermarktkette habe die Dehlwes-Milch mal um sieben Cent heruntersetzen wollen, „das haben wir nicht mitgemacht“. Denn zur Firmenphilosophie gehört es auch, die knapp 30 Mitarbeiter und auch die Milchlieferanten ordentlich zu bezahlen. Nie gab es weniger als 38 Cent für den Liter, derzeit sind es 43 Cent. Das Deutsche Milchkontor, der deutsche Marktführer, zahlt dagegen nur 34 Cent.

Das Nein kostete damals übrigens den Platz im Regal – aber nur drei Wochen lang. „Dann haben die Kunden so viel Druck gemacht, dass wir wieder reingekommen sind“, erzählt Gerhard Dehlwes. In seinen blauen Augen blitzt dabei der Stolz. Und auch heute noch sei es ein täglicher Kampf um die guten Plätze im Regal. Je mehr Umsatz, umso attraktiver werde die Ware präsentiert, umso besser die Verkaufschancen. „Das passiert nicht von allein, darum müssen wir uns täglich kümmern.“

Regional, biologisch, frisch. Das kommt offenbar an, gerade in Zeiten, in denen es in den Läden kaum noch andere als die sogenannte ESL-Milch gibt. Viel stärker erhitzt und deshalb bis zu drei Wochen haltbar. Die Dehlwes-Milch dagegen kann nach der Abfüllung höchstens acht Tage lang getrunken werden, manchmal „kippt“ sie auch früher.

Der Absatz steigt bei Dehlwes trotzdem kontinuierlich an, bisher lag das Plus bei jährlich 15 bis 20 Prozent. In diesem Jahr soll die Menge von vier Millionen auf fünf Millionen Liter steigen. „Das schaffen wir.“ Dafür werden rund 1,1 Millionen Euro investiert. In Gebäude, Anlagen und neue Produkte. Der Kredit ist bereits beantragt. Eine Investition in die Zukunft, um auch der Tochter, die Milchtechnologie studiert, einen gut laufenden Betrieb zu hinterlassen. Und außerdem wollten die Kunden mehr Sorten beim Fruchtojoghurt, erzählt Elke Dehlwes. Und auf die Käufer zu hören, war bislang keine so schlechte Idee.