LZ-Rheinland

Artikel vom 23.10.2019 · Ausgedruckt am 13.11.2026, 05:17 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/katjes-veraergert-bauern-sehr

Katjes verärgert Bauern sehr



Zahlreiche Milchbauern regten sich in der vergangenen Woche über den Werbespot des Fruchtgummiherstellers Katjes mit Sitz in Emmerich auf. In dem Spot laufen Kühe im Gleichschritt zur Melkmaschine – in düsteren Bildern gezeichnet. Dazu sagt eine Frauenstimme: „Jedes Leben ist wertvoll. Und Kühe sind keine Milchmaschinen. Auch nicht für Schokolade.“ Der 20-sekündige Spot wirbt für vegane Schokolade, die mit einem Haferdrink hergestellt wird. Die Werbung wird gezeigt auf Facebook, Youtube, Instagram und im Fernsehen.

Josef Peters schrieb in einem offenen Brief an den Emmericher Süßwarenhersteller: „Diese Äußerungen sind nicht haltbar und verunglimpfen den gesamten Berufsstand der Milchviehhalter. 98 % der Kühe in Deutschland werden ordnungsgemäß gehalten.“ Der Bayerische Bauernverband reichte stellvertretend für alle Bauernverbände eine Beschwerde beim Deutschen Werberat ein. Darin hieß es: „In dem Fernsehspot werden Kühe als ‚Milchmaschinen‘ bezeichnet und Tierhaltern die Ausbeutung ihrer Kühe unterstellt. Das ist diskriminierend und ungerechtfertigt.“ Auch das Landvolk Diepholz hat Beschwerde eingereicht.

Der Deutsche Werberat hat Katjes bereits aufgefordert, zu den Vorwürfen Stellung zu beziehen. „Der Clip ist eine sehr einseitige und überzogene Visualisierung von Massentierhaltung“, sagte die Leiterin des Deutschen Werberats, Katja Heintschel von Heinegg, der Deutschen Presse-Agentur am vergangenen Freitag. Heintschel von Heinegg

kritisierte, das Video suggeriere, dass alle Molkereien ihre Tiere so hielten und jeder Milchkonsument Tiere ausbeute. Wie die „Rheinische Post“ (RP) am Samstag berichtete, möchte Katjes die Kritik am Werbespot so nicht stehen lassen. „Milchbauern, die einen guten Job machen, brauchen sich nicht angesprochen fühlen“, sagte Gloria Thyssen, Katjes-Sprecherin, der RP-Redaktion. Werbung brauche eine klare Botschaft.

Auch Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner meldete sich per Twitter zu Wort: „Dass Unternehmen für ihre Produkte werben, ist verständlich, aber dass das nur mit Landwirtschafts-Bashing und plumpem Abwerten aller Milchbauern geht, ist nicht anständig. Die hippen Werbefilmer waren sicher schon in aller Welt, aber nicht in einem Kuhstall.“

Das Unternehmen Katjes selbst hat in den sozialen Medien nicht nur die kritischen Bauernstimmen gehört, sondern auch viele positive Rückmeldungen von Verbrauchern bekommen. Katjes sprach auf seiner Facebook-Seite von einem „Lovestorm“ und freute sich über die hohe Aufmerksamkeit. *ah*