

Gedanken zur Milchkrise

Agrarsozialer Arbeitskreis (ASA) der Evangelischen Landjugend (September 2016)

Die Milchkrise 2016 - Ursachen und Auswirkungen

Der Milchpreis befindet sich auf Talfahrt. Die erzielten Erlöse decken die Kosten nicht. Finanzielle Rücklagen der landwirtschaftlichen Betriebe - soweit vorhanden - schwinden und die Liquidität sinkt. Für die Milcherzeuger in Bayern besteht deshalb eine massive Gefährdung ihrer wirtschaftlichen Existenz.

Die Ursache ist ein Ungleichgewicht von Angebot und Nachfrage. In Europa ist ein hohes Angebot an Milch zu beobachten, gleichzeitig stockt die Nachfrage in den ölfördernden Ländern sowie in China und Russland. Befanden sich die Erzeugerpreise für Milch in Deutschland im Jahr 2014 noch bei durchschnittlich 38 Cent/kg, so waren es 2015 nur 29 Cent und im Mai 2016 23 Cent (1).

Außerdem steht auf dem deutschen Markt der zersplitterten Molkereibranche ein konzentrierter Einzelhandel gegenüber, was die Position der Milcherzeuger schwächt: Im Lebensmitteleinzelhandel haben vier Konzerne einen Marktanteil von mittlerweile 85 % (2). Dem steht eine zersplitterte Molkereibranche mit über 200 Molkereien (2013) gegenüber (3).

Welche Möglichkeiten gibt es für Landwirte, um in der Milchkrise zu bestehen?

Es ist eine gegebene Grundvoraussetzung, dass ein freier Milchmarkt besteht und auch in Zukunft bestehen wird. Marktschwankungen wird es auch in Zukunft geben, der Umgang damit wird zum täglichen Leben des Milcherzeugers gehören. Zur Sicherung der betrieblichen Zukunft sollten Landwirte folgende Punkte abwägen. Manches ist sicher nur für einen Teil der Landwirte möglich.

- Sinkende Erlöse - soweit möglich - abfedern durch eine Senkung der Erzeugungskosten. Das muss nicht eine Ausweitung der Produktion zur Senkung der Stückkosten bedeuten. Einzelbetriebliche Möglichkeiten, wie z.B. die Auslagerung der außenwirtschaftlichen Arbeiten sind zu prüfen.
- Eine weitere Einkommensquelle schafft höhere Einkommenssicherheit. Falls machbar, weitere Standbeine aufbauen.
- Neue Marktsegmente bedienen. Programme zu gentechnikfreier Erzeugung, Weidemilch, Bio usw. können höhere Erlöse bringen.
- Zukunftsperspektiven entwickeln und Standortfaktoren prüfen. Abklären, ob die Zukunft des Betriebes in der Milch oder anderen Produkten liegt.
- Aktive Teilnahme an der Diskussion um die Zukunft der Branche und gemeinsames Erarbeiten betrieblicher und politischer Lösungen, z.B. innerhalb einer Milcherzeugergenossenschaft.

Zur Unterstützung dieser Maßnahmen bedarf es einer fundierten Aus- und Fortbildung sowie Beratung. Das Augenmerk muss auf einer individuellen Beratung liegen, die sich frei macht von dem bisher propagierten Credo „Wachsen oder Weichen“. Hier liegt eine wichtige Aufgabe von Staat und Verbänden. Schwankende Milchpreise machen es erforderlich, dass Landwirte in guten Jahren Rücklagen bilden können, um spätere Engpässe in der Liquidität zu überstehen. Es ist wichtig, dass der Gesetzgeber die bestehende Steuerbelastung für das Bilden von Rücklagen senkt.

Um den freien Markt stabiler zu machen, sollten folgende Maßnahmen verfolgt werden:

- Der Milchmarkt ist gekennzeichnet durch viele Anbieter und wenige Käufer. Es gilt, Erzeugerzusammenschlüsse zu fördern und damit die Verhandlungsposition der Milcherzeuger zu stärken.
- Durch den Abschluss von Kontrakten können beispielsweise bei Getreide die Preise abgesichert werden. Es ist zu diskutieren, ob das künftig auch für eine breitere Masse von Milcherzeugern Sinn macht.
- Mengendisziplin: Strategische Planung der Milchmenge zwischen dem einzelnen Landwirt und der Molkerei, sodass die Planungssicherheit für beide Seiten verbessert wird. Die Molkereien sollten dabei nicht verpflichtet sein, eine Mehrproduktion zu gleichen Konditionen abzunehmen.
- Bessere Transparenz für Verbraucher: Verbraucher sollen an der Ladentheke erkennen können, ob sie Milch von Molkereien kaufen, die angemessene Preise an ihre Bauern zahlen.
- Ausbau der Image- und Vermarktungsförderung von Milch, um Verbraucher für heimische, angemessen entlohnte Milch zu gewinnen.
- Förderung der Verwendung von Milchprodukten in Lebensmitteln und Kosmetika, anstelle von Substituten wie z.B. Palmfett.
- Variable Vertragsgestaltungen zwischen Landwirt und Molkerei. Das beinhaltet die Möglichkeit, Verträge mit langer Laufzeit abzuschließen, um eine langfristige Preissicherheit zu erreichen - bzw. kurzfristige Lieferverträge, um den Wettbewerb zu steigern.

Aus der Sicht des Agrarsozialen Arbeitskreises der Evangelischen Landjugend stellt die Milchkrise eine starke Gefährdung der heimischen Landwirtschaft dar. Alle Akteure, vom einzelnen Bauern bis hin zu Politik und Verbraucher sind gefordert, die Existenzbedrohung der Bauernhöfe zu stoppen.

Quellen

- 1) Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Berlin: „Niedrige Preise für Milch - Fragen und Antworten zur Lage“ . https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Agrarpolitik/1_EU-Marktregelungen/_Texte/Fragen_und_Antworten_Milch_2016.html (abgerufen am 01.08.2016)
- 2) Bundeskartellamt, Berlin: „Die 'Big Four' haben 85 Prozent Marktanteil. Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes, im Interview mit der Fuldaer Zeitung über den Lebensmitteleinzelhandel.“ http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Interviews/DE/2016/Fuldarer_Zeitung_Die_Big_Four_haben_85_Prozent_Marktanteil.html (abgerufen am 30.08.2016)
- 3) Statista GmbH, Hamburg: „Anzahl der Molkereien in Deutschland nach jährlicher Milchverarbeitung im Jahr 2013“ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/28761/umfrage/anzahl-molkereiunternehmen-in-deutschland-nach-milchverarbeitung/> (abgerufen am 30.08.2016)

Kontakt

Agrarsozialer Arbeitskreis der Evangelischen Landjugend in Bayern (ASA)
 Stadtparkstr. 8, 91788 Pappenheim, www.elj.de