

Stabile Auszahlungspreise als eigentliche Herausforderung Bauern wollen keinen Milchkrieg

Politik hat weiteren Schaden verhindert

Unternehmen Milch begrüßt ausdrücklich die vom Agrarausschuss des Bundesrates getroffenen Positionierung zur nationalen Milchpolitik. „Die Zurückweisung der Vorschläge für eine nationale Mengenreduzierung durch den Agrarausschuss hat für die deutschen Milchbauern zunächst Schlimmeres verhindert. Jetzt bedarf es noch der formalen Bestätigung im Bundesrat“, kommentiert Fritz Jäger, Sprecher von Unternehmen Milch, die Beschlüsse.

Eine rein nationale Mengenbeschränkung macht aus Sicht von Unternehmen Milch jedenfalls keinen Sinn. Obwohl sich die Anlieferungsmenge in Deutschland unter Vorjahresniveau bewegt, ist der Milchmarkt unter Druck. Mit der Milchmenge alleine lässt sich die schwierige Situation am deutschen Milchmarkt also nicht erklären.

Mehrere Faktoren sind für den aktuellen Preisdruck verantwortlich. Viele Verbraucher sind verunsichert und haben mit Kaufzurückhaltung reagiert – nicht zuletzt als Folge des zurückliegenden Milchstreiks. Der Marktanteil ausländischer Milchprodukte hat gleichzeitig zugenommen und einige Molkereien berücksichtigen aus Gründen der Rohstoffsicherheit vermehrt ausländische Milchlieferanten. Der Milchstreik im Sommer hat die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Bauern dramatisch verschlechtert. Alle Bauern wollen stabile und auskömmliche Preise, aber das Wegschütten von Milch ist nicht zielführend, wie die Erfahrung zeigt. „Die Mehrheit der deutschen Bauern will keinen Milchkrieg“, weiß Fritz Jäger zu berichten.

Eine Schlüsselrolle kommt nach Einschätzung von Unternehmen Milch dem Handel zu. „Einseitige Schuldzuweisungen an den Handel werden der Situation bestimmt nicht gerecht“, mahnt Fritz Jäger. Der Milchstreik hat das bestehende Vertrauen erheblich gestört und das macht sich bei den laufenden Verhandlungen negativ bemerkbar. Dennoch muss auch der Handel ein vitales Interesse an einer leistungsstarken deutschen Milchwirtschaft und einer nachhaltigen heimischen Rohstoffbasis haben - dies haben die Marktschwankungen des vergangenen Jahres sehr deutlich gezeigt.

„Sinkt der Wert des Euro weiter, müssen verbesserte Exportchancen in Drittländer konsequent genutzt werden, um den EU-Markt zu stabilisieren“, so Jägers weiterer Appell an die Adresse der Molkereien. „Handel, Molkereien und Milcherzeuger sind gemeinsam gefordert, den Milchproduktionsstandort Deutschland voran zu bringen“, so Jäger weiter.

Fritz Jäger,
Bundessprecher, Tel. 07976-213

Unternehmen Milch (UM) ist ein bundesweites Netzwerk engagierter Milcherzeuger, das unter dem Eindruck des Milchstreiks entstanden ist * UM Bauern fordern das Auslaufen der Milchquotenregelung in 2015 * UM unterhält eine Homepage mit wissenswerten Fakten zum Milchmarkt: www.unternehmen-milch.de

Unternehmen Milch

Presseinformation 24. Oktober 08

Anhang zur Vertiefung der Zusammenhänge:

Der Milchstreik hat deutsche Bauern Marktanteile gekostet

Schon während des Milchstreiks reagierte der Markt auf die Lieferengpässe, die hauptsächlich auf rechtswidrige Blockaden zurückzuführen waren. Während des Streiks lieferten nach Angaben der Fachpresse französische Unternehmen 60 Mio. kg Milch mehr nach Italien. Der Italienmarkt konnte nach dem Streik nur noch teilweise von deutschen Anbietern zurückerobert werden. Der LEH ordert nach dem Milchstreik verstärkt ausländische Milchprodukte, um sich von deutschen Anbietern unabhängig zu machen, berichteten Fachleute etwa in der Lebensmittelzeitung. Außerdem konnte der LEH damit die Milchstreikzusage (Preiszuschlag 10 Cent galt nur für deutsche Trinkmilch) unterlaufen. Bis Ende Juli dieses Jahres wurden 30 % mehr ausländische Rohmilch nach Deutschland eingeführt. Die Einfuhr von abgepackter Milch stieg sogar um 35 %. Fritz Jäger zieht eine bittere Bilanz: „Der Milchstreik öffnete der EU-Konkurrenz Tür und Tor zum deutschen Milchmarkt“.

Quelle Zahlen: ZMP

Preiserhöhungen lösten Absatzeinbruch aus

„Der wahren Gründe für die aktuelle Milchmarktmisere werden verkannt“, stellt Fritz Jäger fest. Die Preiserhöhungen im Herbst 2007 haben zu einer massiven Kaufzurückhaltung bei Milchprodukten geführt. Eine ZMP - Marktstudie hat die Zusammenhänge zwischen Preiserhöhungen bei Milchprodukten und verändertem Kaufverhalten klar belegt. Einige Erkenntnisse in der Zusammenfassung: Von September bis Dezember 2007 ging die durchschnittliche Menge an Konsummilch je Haushalt im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode um 5,1% zurück. Von November 2007 bis März 2008 haben die Privathaushalte 4,9% weniger Käse gekauft. Nach dem Butterschock im August reduzierte sich die Käuferreichweite massiv. Der deutschen Markenbutter fehlten von September bis November Monat für Monat im Schnitt mehr als eine Million Kunden. Alle Umfragen, die belegen sollen, dass Kunden bereit seien, mehr für Milchprodukte zu zahlen, sind statistisch unseriös, fragen nur ein "erwünschtes Verhalten" ab. Steigen die Preise, wird weniger oder billiger gekauft, das ist Fakt. Eine Preiserhöhung ohne Reaktion der Kunden gibt es nicht.

Quelle Zahlen: ZMP