



Die Teilnehmer der Diskussionsrunde und Dr. Peter Sanftleben (r.), Direktor der Landesforschungsanstalt für Landwirtschaft und Fischerei Mecklenburg-Vorpommern, der sie moderierte.

FOTOS: BETTINA KARL

# Strategie für nachhaltige Milchpreise

Steigende Anforderungen der Gesellschaft für mehr Tierwohl und Nachhaltigkeit, aber zu geringe Milchpreise, die die Kosten dafür ohnehin nicht ausgleichen, lassen die **Milchproduktion immer unwirtschaftlicher** werden. Darüber diskutierten die Teilnehmer auf der Jahrestagung des Interessenverbandes der Milcherzeugerbetriebe.

Eine nachhaltige Entwicklung soll nicht durch finanzielle Förderung unterstützt werden, sondern muss sich selbst finanzieren – mit dieser Definition der Nachhaltigkeit eröffnete Dr. Klaus Siegmund auf der Jahrestagung des Interessenverbandes der Milcherzeugerbetriebe (IVM) die Diskussionsrunde.

Bezogen auf die Milcherzeugung heißt dies, dass die Milchpreise den gesellschaftlichen Anforderungen in keiner Weise gerecht werden, schon gar nicht unter den immer schärferen gesetzlichen Vorgaben. Darüber diskutieren in Zeulenroda rund 120 Teilnehmer aus den gut 40 IVM-Mitgliedsunternehmen, Fördermitglieder aus Unternehmen der Melktechnik, des Anlagenbaus und der Futtermittelwirt-

schaft sowie renommierte Fachleute mit Vertretern von Molkereien. Zunächst stellte Siegmund, Geschäftsführer des IVM, den anwesenden Molkereivertretern, zwei Fragen:

1. Können spezialisierte Milchbetriebe angesichts der gestiegenen gesellschaftlichen Anforderungen mit dem derzeitigen Milchpreisniveau langfristig wirtschaftlich überleben?

2. Können Milcherzeuger mit den derzeitigen Milchpreisen selbst nachhaltig wirtschaften?

## Ausbau eines Sicherheitsnetzes

Für Hans Foldenauer, Milcherzeuger mit 100 Kühen und 240 ha Fläche im Allgäu und Sprecher des Bundesverbandes der Milcher-

zeuger (BDM), ist die Antwort auf die beiden Fragen klar, nämlich Nein.

Für den Betriebswirtschaftler gehört zum nachhaltigen Wirtschaften ein angemessener Milchpreis, der die Arbeit entlohnt. Dabei sprach er auch das Thema Fremdarbeitskräfte und Mindestlohn an. Er kritisierte, dass sich mit dem fehlenden Wettbewerb um Rohmilch in den Molkereien keine höhere Wertschöpfung erzielen lasse. Außerdem sei das Marktgefälle in der Wertschöpfungskette zulasten der Milcherzeuger enorm. Die Milcherzeuger bekämen in der Regel das, was übrig bleibt.

Die Molkereiunternehmen hätten ein begrenztes Risiko. „Damit will ich nicht sagen, dass sie es leicht haben, aber es ist begrenzt“,

formulierte Foldenauer. Abschließend fasste er die Strategie des BDM für eine nachhaltige Milchproduktion in drei Schritten zusammen:

1. Ausbau eines Sicherheitsnetzes. Dabei muss zum Beispiel auch ein möglicher Brexit berücksichtigt werden. „Wenn es soweit kommen sollte, sind wir nicht darauf vorbereitet“, appellierte er und warnte: „Das heißt, dass unter Umständen wieder Milchmengen eingelagert werden müssen, die dann billig zu verkaufen sind.“

2. Aus Sicht des BDM ist die Gründung einer eigenständigen Marktorganisation der Milcherzeuger notwendig, aber keine Branchenorganisation, weil man sich darin blockiert, da sehr unterschiedliche Interessen vertreten werden.

3. Errichtung eines zukunftsfähigen Milchvermarktungssystems.

## Mit dem Handel auskommen müssen

„Dass der Milchpreis nicht auskömmlich ist, ist uns allen bekannt“, sagte Wolfgang Dötzer, Geschäftsführer des Milchhofs Albert in Scheßlitz, einer mittelständischen Privatmolkerei, die auch an den Markenverbund frischli angeschlossen ist. Er versicherte vor den rund 120 Teilnehmern der Jahrestagung, dass das oberste Ziel sei, den höchsten Milchpreis auszuzahlen. Denn auch die Konkurrenz sei ja da. Die Landwirte



Im Rahmen der IVM-Jahrestagung besuchten die Teilnehmer auch zwei Betriebe. Die Güterverwaltung „Nicolaus Schmidt“ AG Rothenacker (l.) in Tanna, wo Stefan Kühne (r.), Vorstandsvorsitzender, das Unternehmen vorstellte, und die Rinderhof Agrar GmbH Seubendorf. Betriebsnachfolger Jan (l.) und Julia (2. v. r.) Lamprecht, Bernd Prager (Betriebsleiter im Ruhestand) und Maria Rudolph (r.), verantwortlich für die Tierproduktion, erklärten die Entwicklung der Milchproduktion des Landwirtschaftsbetriebes. Über diese beiden Unternehmen werden wir in Kürze in der Bauernzeitung ausführlich berichten.

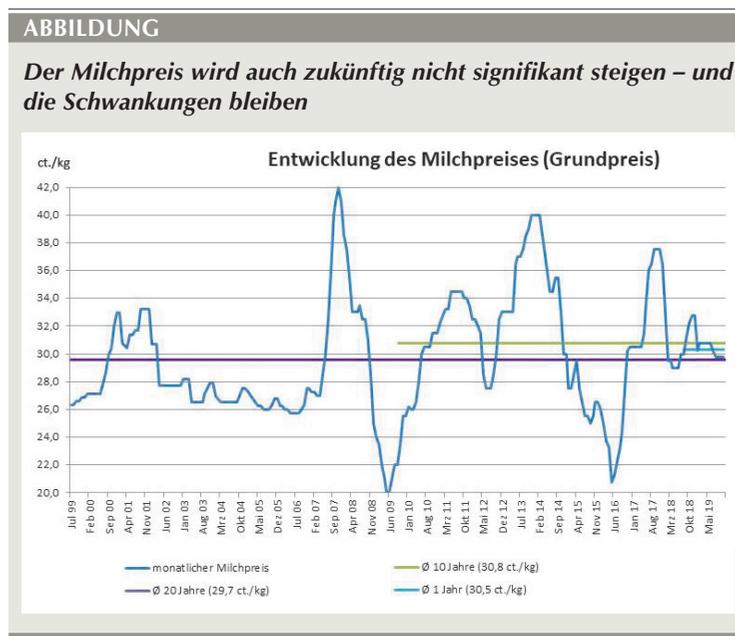


hätten die Möglichkeit zu wechseln und die werde auch wahrgenommen. „Aber wir müssen unsere Produkte vermarkten. Wir stehen mit dem Handel einer Macht gegenüber, mit der man auskommen muss.“ Für bedenklich hält er die immer größer werdenden Nachfragen nach Milch, die im Zusammenhang mit Tierwohlkriterien beziehungsweise -schutz stehen. Denn wenn es auch dafür Prämien geben sollte, werden diese irgendwann wieder angeglichen. Für die letzten beiden Jahre gab er aber kritisch zu bedenken, dass die Milchmenge in Deutschland 2018 trotz enormer Trockenheit und Futtermangels nicht gesunken ist, was alle ganz fest erwartet hätten. „Es kam viel mehr Milch als wir dem Handel und der Politik gegenüber vorhergesagt haben.“ Das hat seiner Meinung nach die Verhandlungsposition gegenüber dem Handel enorm geschwächt.

## Mehrwert durch höhere Wertschöpfung

Dr. Klaus Hein, Direktor Landwirtschaft beim Deutschen Milchkontor (DMK), das in Thüringen mit dem Milchhof Erfurt der größte Verarbeiter ist, glaubt, dass spezialisierte Milchbetriebe trotz der gestiegenen gesellschaftlichen Anforderungen langfristig wirtschaftlich überleben werden. Den Milchpreis sieht er zukünftig für eine nachhaltige Wertschöpfung als einen wichtigen Faktor und setzt dabei auf einen gemeinsamen Branchenverband von Erzeugern und Molkereien und auf einen „gewissen Branchenkonsens“. Darüber hinaus müssen seiner Meinung nach die Molkereien mehr als bisher kooperieren. Mehrwert für höhere Milchpreise entsteht nach Hein nur am Markt über eine „tiefere Wertschöpfung“. Hier wird der Branche niemand helfen, weder die Politik noch der Handel.

Von den letzten Preiserhöhungen bei Aldi hätte dieser lediglich seine Marge erhöht, bei den Molkereien sei nichts angekommen. „Unser Ziel ist es, mit unseren



**Diese Folie, die auch auf der IVM-Tagung gezeigt wurde, zeigt den Milchpreis, den die Bauerngesellschaft Ziltendorfer Niederung, Wiesena, durchschnittlich in den letzten 30 Jahren bekommen hat.**

QUELLE: BAUERNGESELLSCHAFT ZILTENDORFER NIEDERUNG GBR

Milchpreisen stetes im oberen Viertel mitzuhalten“, erklärte Reinfried Geithner, Mitglied des Vorstandes der Bayernland eG und gleichzeitig Vorstandsvorsitzender der Agrar eG Münchenbernsdorf in Thüringen. „Das haben wir in den letzten zwei Jahren geschafft.“ Natürlich gehe das nur mit einer entsprechenden Vermarktungsstrategie im In-, aber auch im Ausland, beispielsweise nach Italien. Als einen wesentlichen Punkt nannte er, dass sie als Landwirte auch Miteigentümer der Bayernland eG sind und einen gewissen Einfluss auf Investitionsentscheidungen haben“, fasste er zusammen. Seit 1993 liefert die Agrar eG Münchenbernsdorf kontinuierlich an die Molkereigenossenschaft in Bayreuth.

„Wir haben heute keinen besseren Milchpreis als 1992/1993. Aber jeder weiß, wie sich in den letzten 25 Jahren die Kosten in allen Bereichen entwickelt haben.“ Allerdings sei auch mit derzeitigen über dem Durchschnitt liegenden Milchpreisen die Produktstruktur nicht aufrechtzuerhalten. Dabei kritisierte er, dass in Thüringen

die Investitionsförderung für Tierproduktionsanlagen bei 600 Kühen gekappt werde (bei Neubau auf der grünen Wiese). Schwerpunkt für nachhaltige Milchpreise für seine Molkerei sieht Geithner in entsprechenden Investitionen für eine höhere Wertschöpfung, derzeit in eine neue Käserei. Trotzdem schätzt er ein, „dass wir es nicht hinbekommen, das eine vier vor den Milchpreisen steht.“

## Mengenmanagement immer notwendiger

Nach Ludwig Weiß, Direktor der Milchwerke Oberfranken West, spielt der Handel die Anbieter gegenseitig aus, was seitens der Molkereien einen immer kürzeren Produktionszyklus verlangt. Die Coburger Molkerei verkauft in Deutschland und weltweit Käsespezialitäten mit einer hohen Wertschöpfung, was die Grundlage für überdurchschnittliche Milchpreise ist. Mindestens 35 ct im Jahresmittel sieht er als notwendig für seine Lieferanten an. Der Veredlungsgrad der Milch liegt bei 80 %. Strategisch bringen gerade regio-

nale Produkte, die von anderen nicht hergestellt werden können, Wertschöpfung, die sich im Milchpreis auszahlt. Weiß sieht seine Molkerei und zufriedene Milcherzeuger in der Molkereigenossenschaft „als eine große Familie“. Die Molkerei hält einen engen Kontakt mit den Lieferanten, ob groß oder klein, wobei niemand zum einheitlichen Milchpreis Zu- oder Abschläge erhält. Die Molkerei hat 2016 ein Milchmengen-Management eingeführt, was sich zur Mengensteuerung bewährt hat.

In der Diskussion verwies Dötzer ebenfalls auf die unbedingte Notwendigkeit einer Mengensteuerung, an der beide Seiten, das heißt Molkereien und Landwirte, aber auch uneingeschränkt mitmachen müssen. Im Gegensatz dazu hat sich die Milchmenge in Deutschland jedoch in den letzten zehn Jahren von rund 28 auf 33 Mio. t erhöht. Mit einer solchen Entwicklung, so Dötzer, werden wir keine höheren Milchpreise bekommen.

**FAZIT: Mit dem gegenwärtigen durchschnittlichen Milchpreisniveau lässt sich weder eine ausreichende betriebswirtschaftliche Rentabilität erzielen, noch zukünftig eine nachhaltige Milcherzeugung mit den dafür notwendigen Investitionen betreiben. Und: Die Chancen, dass sich die Milchpreise zukünftig wesentlich nach oben bewegen, werden eher als gering eingeschätzt. Unterschiede im Auszahlungsniveau der Molkereien und in der Strategie der Unternehmen, mit der Milch der Landwirte über eine höhere Wertschöpfung höhere Milchpreise auszuzahlen, sind allerdings beträchtlich.**

BETTINA KARL,  
DR. KLAUS SIEGMUND, Berlin

ANZEIGE

## Richtigstellung

In der Bauernzeitung 40/2019, S. 40/41 stand, dass Loren Hohmut, Everma agrar GmbH Wöhltsdorf, ihre Ausbildung zur Herdenmanagerin an der Fachschule für Agrarwirtschaft Stadtroda absolviert. Das ist nicht richtig. Sie macht diese bei der **Landvolkbildung Thüringen e. V. (LVB), Stadtroda**. Dieser gemeinnützige Bildungsträger, der sich der Entwicklung im ländlichen Raum durch Bildung der dort lebenden Mitbürger besonders verpflichtet fühlt, organisiert Kurse, Seminare und Tagungen. Pluspunkte seien die hohen Praxisanteile während der Ausbildung. Unter anderem werden folgende Kurse angeboten: Klauenpflege-Grundkurs, Führerschein Traktor Kl.T für Azubis, Weiterbildung SK Pflanzenschutz. Mehr unter: [www.landvolkbildung.de](http://www.landvolkbildung.de) ■

Der neue Shop für Milcherzeuger

[www.milkfarm-discount.de](http://www.milkfarm-discount.de)

04559-188 91 67 · [info@milkfarm.de](mailto:info@milkfarm.de)