Artikel vom 19.10.2016 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 05:49 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/42-die-krise-nutzen

42 - Die Krise nutzen



Dr. Ellisabeth Legge

Der Milchmarkt hat sich gedreht und allmählich steigen die Preise wieder an. Damit hat die lange Durststrecke der Milcherzeuger nun ein Ende. Es geht aufwärts, zumindest vorläufig. Aber aus der so hart durchlebten Krise sollten Milcherzeuger sowie Molkereien lernen und über neue Strategien nachdenken.

Endlich. Es gibt wieder Licht am Milchhorizont. Seit Juli gibt es eine Erholung an den Spot- und Produktmärkten für Milch und Molkereiprodukte. Dies schlägt sich erfreulicherweise langsam auch auf der Erzeugerebene nieder. Und an dieser Entwicklung wird sich laut Ansicht von Experten auch in den kommenden Monaten nichts ändern. Vielmehr sollen die Anstiege beim Milchgeld jetzt sogar von Monat zu Monat zunehmen. Hauptursache für den Preisanstieg dürfte das verringerte Rohstoffangebot sowohl in der EU als auch am internationalen Markt sein.

Insgesamt sieht es so aus, als sei das Preistal bei der Milch durchschritten. Die Milcherzeuger in Deutschland blicken damit auf den längsten Preisrückgang seit 20 Jahren zurück, der – abgesehen von einigen Monaten – immerhin über zweieinhalb Jahre angehalten hat. Während Anfang 2014 die Landwirte noch rund 40 Cent/kg Milch erhielten, hat sich der Milchpreis bis Mitte dieses Jahres nahezu halbiert. Viele Milcherzeuger haben aufgrund der Preiskrise das Handtuch geworfen und es wird noch dauern, bis die lange Durststrecke wirklich verdaut ist.

Aber was ist eigentlich los auf dem Milchmarkt? Vor allem viele Außenstehende werden sich dies derzeit fragen. Während Brüssel den Landwirten einen Bonus von 14 Cent/kg zahlt, wenn diese freiwillig weniger Milch liefern, und auch die Molkerei FrieslandCampina mit einem ähnlichen Bonus aufwartet, zahlt die zur Firmengruppe Theo Müller gehörende Sachsenmilch einen Bonus für Mehranlieferung. Die Molkerei hat angekündigt, für den Monat Oktober den Basispreis um 3 Cent zu erhöhen und darüber hinaus noch einen Mehrlieferbonus von ebenfalls 3 Cent zu zahlen (siehe Meldung auf S. 9). Bei den aktuell hohen Spotmilchpreisen ist das nicht verwunderlich, auch wenn die Dynamik des Milchmarktes für Außenstehende irritierend wirkt.

Trotzdem zeigen die Beispiele FrieslandCampina und Sachsenmilch, dass die Molkereiwirtschaft auf den Punkt genau reagieren kann, was ihre Verarbeitungs- und Absatzmöglichkeiten angeht. Demgegenüber kommt die Politik in Brüssel und Berlin – bei unterstellt gutem Willen – mit ihrem 14-Cent-Programm viel zu spät. Liquidität auf die Betriebe hätte man mit diesem Programm nur bringen können, wenn es viel früher auf den Weg gebracht worden wäre. Dies gilt erst recht für das zweite EU-Programm, das für Deutschland 58 Mio. € zur Verfügung stellt und von Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt in gleicher Höhe kofinanziert wird. Zurzeit ist nicht auszuschließen, dass das nationale Gesetzgebungsverfahren noch bis Ende des Jahres dauert und das Programm erst im kommenden Jahr starten wird. Die Mittel aus diesem Programm kommen also viel zu spät und konkurrieren zudem mit der sich schnell verbessernden Marktlage.

Auch wenn die Beispiele von FrieslandCampina und Sachsenmilch sehr konträr scheinen

mögen, ist es dennoch wünschenswert, dass die Molkereien öfter ihren Milcherzeugern klare Signale geben, was am Markt benötig wird und was nicht. Beispiele gibt es genügend: Seien es Bonuszahlungen, wie bei FrieslandCampina oder Sachsenmilch, Zusatzverträge zu Festpreisen, wie bei der irischen Molkerei Glanbia, oder auch A/B-Modelle, wie in Frankreich. Zugegeben, Vor- und Nachteile haben alle Überlegungen, aber alles so laufen lassen wie bisher, wäre die denkbar schlechteste Alternative. Denn nach wie vor gilt die alte Devise: Nach der Krise ist vor der Krise. Wäre schön, wenn die Beteiligten aus dem jetzt zu Ende gehenden Preistal lernen und nach zwei Jahren nicht wieder völlig unerwartet vor einem Mengenproblem stehen würden.

Auch wenn es ein mühsamer Weg sein sollte, dass Milcherzeuger und Molkereien gemeinsam Strategien für die Zukunft überlegen, dürfte es dennoch der vielversprechendste Weg sein. In diesem Sinne sollten die nächsten Monate genutzt werden, um für die nächste Preiskrise – und die kommt bestimmt – vorbereitet zu sein. Milcherzeugern und Molkereien wäre es jedenfalls zu wünschen.