AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse

Markus Fahlbusch, Nina Steffen, Bernhard Brümmer und Achim Spiller
Georg-August-Universität Göttingen

1 Einleitung

Die Märkte für Milch und Milcherzeugnisse in Deutschland und der EU waren im Jahr 2010 insgesamt wesentlich stabiler als in den Vorjahren. Dies wurde durch eine entsprechend ruhigere Preisentwicklung auf den internationalen Märkten gefördert, die sich auch in den europäischen Preisen wiederfand. Dieses preisliche Umfeld hat 2010 in der EU dazu geführt, dass die Milcherzeugung im Vergleich zum Vorjahr anstieg. Durch das ruhigere Fahrwasser auf den Märkten wurde eine sachlich geführte Diskussion über institutionelle Verbesserungspotenziale auf den europäischen Märkten, vor allem im Kontext der Ergebnisse aus der „Hochrangigen Expertengruppe“, ermöglicht. Die agrarpolitische Diskussion wird ohnehin von den Überlegungen über die zukünftige Ausrichtung der GAP über 2013 hinaus dominiert. Auch wurden von privatwirtschaftlicher Seite Aktivitäten begonnen, um marktwirtschaftliche Antworten auf die strukturellen Herausforderungen des Milchmarkts nach Ende der Quote in 2014/15 zu entwickeln; hier sind zum einen die Konsolidierung im deutschen Molkereisektor und zum anderen die Einführung von Instrumenten zur Preisabsicherung in Europa und in Neuseeland zu nennen.

Wird das agrarpolitische Umfeld etwas näher betrachtet, so hat die Kommission im Dezember ihre Einschätzung zu möglichen Politikmaßnahmen im Milchbereich vorgestellt. Dabei wird vor allem die Arbeit der „Hochrangigen Expertengruppe“, die ihren Bericht im Juni vorgelegt hatte, aufgegriffen. Die Kernelemente des Vorschlags zielen auf die mittelfristige Stärkung der Milcherzeuger in der Wertschöpfungskette ab, beinhalten allerdings für die deutsche Milchwirtschaft nichts wirklich Neues: Schriftliche Milchlieferverträge sind in Deutschland seit Langem etabliert, und auch eine starke Rolle von Erzeugergemeinschaften ist grundsätzlich in der deutschen Agrarstruktur seit Langem verankert. Von größerer Bedeutung könnte die Umsetzung von Branchenverbänden im Milchsektor sein. Die Kommission erhofft sich daraus Verbesserungen bei Wissenstransfer, Transparenz und Marktkenntnissen; die von solchen korporatistischen Organisationen ausgehenden Gefahren für den Wettbewerb sollen durch eine Reihe von zusätzlichen Regeln, insbesondere hinsichtlich des Marktanteils, in den Griff bekommen werden. Die Kommission hat im Dezember ebenfalls betont, dass in Anbetracht der Entwicklung auf dem Milch- und Milchquotenmarkt kein Anlass besteht, von der beabsichtigten Vorgehensweise zum Auslaufen der Milchquotenregelung abzuweichen. Insbesondere die Tatsache, dass die Milchquotenpreise sinken und in einigen Ländern die Quotenrente bereits auf null gefallen ist, scheint die Vorgehensweise mit graduellen Quotenerhöhungen zu bestätigen.

Hinsichtlich der Einführung neuer marktkonformer Instrumente zur Preisabsicherung ist zunächst die Schaffung des Warenterminhandels mit Milcherzeugnissen an der Eurex in Frankfurt und an der NYSE Liffe (Paris) zu nennen. Seit Ende Mai stehen den Marktteilnehmern standardisierte Kontrakte für Butter (Eurex) und Magermilchpulver (Eurex, Liffe) zur Verfügung. Allerdings hat 2010 kaum nennenswerter Handel stattgefunden. Vermutlich traf die Markteinführung der Kontrakte – bei ohnehin verringerter Preisvolatilität – auf relativ geringe Vorkenntnisse der potentiell an Preisabsicherung interessierten Marktakteure, sodass die Nutzung der neuen Preisabsicherungsinstrumente hinter den Erwartungen zurückblieb. Diese Situation könnte sich im nächsten Jahr, wenn erste Erfahrungen mit den Instrumenten gesammelt wurden, verbessern. Grundsätzlich erscheinen die Kontrakte aufgrund der Homogenität der zu Grunde liegenden Milcherzeugnisse gut zur Preisabsicherung geeignet, wenn die Futuresmärkte hinreichend Liquidität aufweisen. Auch international nimmt das Angebot an Preisabsicherungsinstrumenten zu. So ist an der neuseeländischen Börse seit Oktober der Warenterminhandel mit Vollmilchpulver möglich; 2011 sollen Futures für Magermilchpulver und Butteröl folgen.

Die Konsolidierung in der Molkereistruktur manifestiert sich auf dem deutschen Markt vor allem in der geplanten Fusion zwischen Humana und Nordmilch. Nach der im Vorjahr erfolgten Bündelung des Vertriebs (Nord-Contor) sind bereits Entscheidungen über die Struktur und Standorte des neuen Unternehmens ins Auge gefasst worden; die Zustimmung der landwirtschaftlichen Basis auf den Vertreterversammlun-

gen ist für den Anfang dieses Jahres vorgesehen. Bedeutend ist ebenfalls der im Dezember angekündigte Zusammenschluss von Arla (Dänemark) und Hansa-Milch (Upahl), wenngleich die Fusionspartner sich deutlich in der Größe unterscheiden. Grundsätzlich bieten solche Konsolidierungsschritte Chancen für die gesamte Wertschöpfungskette, allerdings wird erst die zukünftige Entwicklung zeigen, welche Großunternehmen im zunehmend internationalisierten Wettbewerb bestehen können, um so auch wettbewerbsfähige Milchauszahlungspreise am Markt zu erwirtschaften. Hieran anknüpfend werden im Folgenden zunächst die das Jahr 2010 prägenden Entwicklungen in der Wertschöpfungskette für Milch und Milcherzeugnisse in Deutschland untersucht. Anschließend werden die internationalen Märkte – in Europa und weltweit – näher betrachtet.

2 Entwicklungslinien in der Wertschöpfungskette für Milchprodukte in Deutschland

2.1 Konsumenten

Im Jahr 2010 wurden pro Haushalt ca. 315 € für Milcherzeugnisse ausgegeben (MIV, 2010a), wobei die Entwicklung der Ausgaben produktspezifisch differenziert zu betrachten ist. Bei Erzeugnissen der gelben Linie (Käse, Butter, Milchstreichfette) gingen die Ausgaben im Zeitraum von Januar bis Dezember 2010 um 2,2 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurück. Die Ausgaben für Produkte der weißen Linie (Konsummilch, Frischmilchprodukte, Sahne/Sahneerzeugnisse) hingegen sind in diesem Zeitraum um 2,3 % gestiegen (GFK, 2010a: 4). Hinter dieser Entwicklung stehen jeweils unterschiedliche Mengen- und Preiskomponenten:

Der Verbrauch von Produkten der gelben Linie ist 2010 leicht gesunken (-0,25 %). Dieses beruht auf einem Rückgang des Verbrauchs von Butter und Milchfetterzeugnissen (-1,8 %) sowie einem zunehmenden Verbrauch von Käse (1,3 %). Der Butterverbrauch hat sich damit im Vergleich zum Einbruch des Vorjahres (-9,7 %) stabilisiert. Der Fünfjahresvergleich in Tabelle 1 zeigt jedoch, dass Butter mit einem Rückgang um fast 15 % in der Ernährung mittel- bis langfristig verloren hat. Käse bleibt dagegen weiterhin ein Trendprodukt. Noch deutlich positiver verläuft die Entwicklung in der weißen Linie bei Frischmilchprodukten, wo das gute Vorjahresergebnis nochmals um 1,7 % übertroffen wurde und im Zeitraum von 2005 bis 2010 eine Steigerung um 11,9 % erreicht wurde. Da der Konsum von Sahneerzeugnissen mit 5,9 kg pro Kopf stagniert, steigt der Verbrauch in der gesamten weißen Linie um 0,85 % an (vgl. Tabelle 1) (MIV, 2010b: 12).

Die Verbraucherpreise für Molkereiprodukte der weißen Linie waren im Jahr 2009 gegenüber 2008 deutlich gesunken; seit Mai 2010 sind die Preise wieder angestiegen. Im Zeitraum von Januar bis September erfolgten Preissteigerungen um 2,3 % (GFK, 2010b: 4). Beispielhaft werden die Preissteigerungen von Dezember 2009 bis September 2010 für Frischmilch (1 Liter, 3,5 % Fett; 0,66 € auf 0,68 €), Schlagsahne (200g, 30 % Fett; 0,36 € auf 0,39 €) und deutsche Markenbutter (250 g; 1,02 € auf 1,08 €) angeführt (ibid.: 4). In der gelben Linie bewegten sich die Verbraucherpreise ebenfalls oberhalb des Vorjahresniveaus, so lag der Butterpreis lag im November 2010 12,4 % über dem Vergleichswert 2009 (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2010a).

2.2 Lebensmitteleinzelhandel

Auch im Jahr 2010 hat der Milchauszahlungspreis Diskussionen ausgelöst. Dabei wird immer wieder auf die Struktur des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) verwiesen. Im internationalen Vergleich ist der deutsche LEH vergleichsweise hoch konzentriert. Knapp 67 % des Umsatzes entfallen auf die vier größten Unternehmen. Nachdem Edeka den Discounter Plus übernommen hat, ist die Position der „Großen Vier“ noch stärker geworden. Edeka (Umsatzanteil 2009: 23,92 %), Rewe (16,10 %), Schwarz (Lidl, Kaufland) (13,68 %) sowie Aldi (12,86 %) dominierten im Jahr 2009 das Lebensmittelhandelsgeschäft. Der Abstand

Tabelle 1. Verbrauch je Kopf (kg)

	2005	2006	2007	2008	2009[1]	2010[2]	± % 2009:10
Frischmilchprodukte	84,9	86,1	88,0	89,0	93,4	95,0	1,7
Sahneerzeugnisse	5,9	6,0	6,0	6,0	5,9	5,9	0,0
Butter und Milchfetterzeugnisse	6,4	6,5	6,4	6,2	5,6	5,5	-1,8
Käse	21,5	22,0	22,3	22,2	22,6	22,9	1,3

[1] vorläufig; [2] geschätzt
Quelle: MIV (2010b: 12)

zur Metrogruppe mit ihren Vertriebslinien real sowie Cash & Carry-Großhandel (7,37 %) ist bereits beachtlich. Lekkerland als führender Großhändler für den Conveniencebereich (Tankstellen, Kioske usf.) nimmt mit 4,82 % Umsatzanteil eine Sonderposition ein. Ähnliches trifft für die Drogeriemarktspezialisten Schlecker, dm, Rossmann und Müller zu, deren Lebensmittelgeschäft auf bestimmte Warengruppen (z. B. Babynahrung) konzentriert ist. Dahinter kommt eine Gruppe von Lebensmittelhandelsunternehmen mit regionaler Bedeutung, die alle nur noch 2-8 % des Umsatzes der führenden Edeka-Gruppe erreichen (vgl. Tabelle 2) (TRADE DIMENSIONS, o.J.). Die Unternehmen Tengelmann, Bartels-Langness (famila), Globus, Bünting (famila, Combi), Dohle (Hit), Coop (Plaza, Sky) und tegut betreiben Lebensmittel-Vollsortimenter, entweder mit einigen sehr großflächigen SB-Warenhäusern wie Globus oder Dohle oder mit regional konzentrierten Verbraucher- und Supermärkten wie z. B. Bünting oder tegut. Norma und Netto Nord sind regionale Discountspezialisten.

Neben der hohen Konzentrationsrate ist der starke Discountanteil charakteristisch für den deutschen LEH. Deutschland ist das „Mutterland" des Discounts – weltweit gibt es kein anderes Land mit so starken und preisaggressiven Discountern. Der Absatzanteil der Discounter an der weißen und der gelben Linie stagnierte allerdings im Jahr 2009, beträgt aber gut 55 % der gesamten Menge. Auch der Umsatzanteil liegt noch knapp über der Hälfte des Gesamtwertes, ist aber gegenüber dem Jahr 2008 leicht gesunken (vgl. Tabelle 3) (MIV, 2010c). Dieser Verlust an Umsatzanteilen bei gleichbleibender Absatzbedeutung deutet auf die im Jahr 2009 erfolgte überproportionale Preissenkung für Molkereiprodukte bei Discountern hin, die allerdings zu keiner Steigerung der Absatzanteile führte.

Tabelle 2. Top 20 Food-Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels 2009

Nr.	Handels-unternehmen	Anteil am Food-Umsatz in D (%)
1	Edeka-Gruppe	23,9
2	Rewe-Gruppe	16,1
3	Schwarz-Gruppe	13,7
4	Aldi-Gruppe	12,9
5	Metro-Gruppe	7,4
6	Lekkerland	4,8
7	Schlecker	2,7
8	dm	2,1
9	Tengelmann-Gruppe	1,5
10	Rossmann	1,5
11	Bartels-Langness-Gruppe	1,4
12	Norma	1,3
13	Globus	1,3
14	Bünting	0,9
15	Dohle-Gruppe	0,7
16	Coop	0,7
17	Netto-Nord	0,6
18	tegut	0,6
19	Müller	0,5
20	Handelshof	0,3

Quelle: Trade Dimensions (o.J.)

Berechnet wurden in Tabelle 3 auch die Umsatz-Absatz-Relationen der verschiedenen Distributionswege. Deutlich wird, dass Aldi mit einem Index von 87,3 weiterhin die Preisführerschaft im Handel mit Milchartikeln inne hat. Die Kunden der großflächigen SB-Warenhäuser (Index: 115,6) bezahlen höhere Preise und kaufen mehr höherpreisige (Marken-)Artikel. Der Abstand der Vollsortimenter (Super- und Verbrauchermärkte) zu den Discountern ist mit einem Index von 107,2 relativ gering. Dies könnte mit dem zunehmenden Angebot an niedrigpreisigen Handels-

Tabelle 3. Anteil der Discounter an der weißen und gelben Linie

	Absatz			Umsatz			Umsatz-Absatz-Relation
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2009
Aldi	23,1 %	23,4 %	22,8 %	20,6 %	20,9 %	19,9 %	87,3
Lidl	13,9 %	14,7 %	15,0 %	12,7 %	13,7 %	13,9 %	92,6
Discounter gesamt	55,0 %	55,5 %	55,5 %	49,9 %	51,0 %	50,4 %	90,8
SB-Warenhäuser	22,6 %	21,9 %	22,4 %	26,2 %	25,2 %	25,9 %	115,6
Vollsortimenter	22,3 %	22,6 %	22,1 %	23,9 %	23,8 %	23,7 %	107,2
LEH ohne Discount	45,0 %	44,5 %	44,5 %	50,1 %	49,0 %	49,6 %	111,5
Absatz (1 000 t)/ Umsatz (Mio. €)	6 341,5	6 311,2	6 250,1	10 689,3	12 224,9	11 306,9	-

Quelle: MIV (2010c), eigene Berechnung

marken bei Vollsortimentern zusammenhängen. In der Regel bieten die Vollsortimenter häufig beworbene Molkereiartikel (hohe Preiskenntnis der Verbraucher) zum Preis der führenden Discounter an und agieren hier als Preisanpasser.

Diese Form der Preisführerschaft durch Aldi und Lidl für das Niedrigpreissegment hat auch Auswirkungen auf die Form der Preisfindung zwischen Handel und Industrie, die sich in den letzten Jahren dynamisiert hat. Preisverhandlungen fanden vormals einmal jährlich in sogenannten Jahresgesprächen statt. Dies ermöglichte einen bestimmten Planungshorizont für die Industrie. Heute kann generell zwischen Jahresgesprächen für hochpreisige Markenartikel und Ausschreibungen für Handelsmarken und Standardartikel unterschieden werden. Bei Handelsmarken und Standardartikeln wird der Preis inzwischen regelmäßig an die Entwicklung des Milchauszahlungspreises angepasst. So wird der Butterpreis bspw. derzeit monatlich verhandelt. Für beide Vertragspartner (Molkerei und LEH) ist somit bei kurzen Laufzeiten eine flexible Reaktion auf veränderte Marktbedingungen möglich (BUNDESKARTELLAMT, 2009a: 103). In der Praxis erfolgt bei Ausschreibungen zunächst die Aufforderung der Lebensmitteleinzelhändler an die gelisteten sowie weitere Molkereien, ein Preisangebot für die Ware abzugeben (HELLBERG-BAHR et al., 2010: 19). Nach Eingang der Angebote und möglicher Nachverhandlungen findet i.d.R. ein sog. „last call“ statt. Dieser ermöglicht es der zurzeit gelisteten Molkerei, ihr Angebot nachzubessern, falls andere Molkereien ein besseres abgegeben haben. Eingeschränkt wird diese Verhandlungsform durch die Lieferfähigkeit der Molkereien. Nicht jede Molkerei kann in großem Umfang oder über weite Strecken die nötigen Mengen aufbringen, sodass teilweise mehrere Molkereien am Kontrakt für einen größeren Händler beteiligt sind (ibid.: 19f.).

Markenprodukte und Spezialitäten werden im Rahmen von Jahresgesprächen individuell verhandelt (BUNDESKARTELLAMT, 2009a: 103). Dabei werden die Vertragsbedingungen (Preis, Menge) für ein Jahr festgelegt, die jedoch durch verschiedene Klauseln einer Anpassung unterliegen können und so in komplexen Konditionensystemen münden (STEFFENHAGEN, 1995: 12; OVERSOHL, 2002: 3). Die Basis der Jahresgespräche ist der sogenannte Netto-Netto-Einkaufspreis. Dieser ergibt sich durch Abzug verschiedener Konditionen vom Listenverkaufspreis der Markenhersteller. Darauf basierend wird eine Entscheidung für eine Listung des Markenproduktes getroffen (OVERSOHL, 2002: 2f.; HELLBERG-BAHR et al., 2010: 21).

Durch monatliche Meldungen sind die Milchpreise für alle in der Wertschöpfungskette Agierenden relativ transparent. Besonders für Standardprodukte existieren verschiedene Beispielrechnungen über bspw. H-Milch (IFE, 2010). Der LEH kennt somit die Produktionskosten und -spannen der Molkereien relativ gut und kann die Grenzkosten berechnen. Die Molkerei kann dadurch gezwungen sein, Standardmilchprodukte in enger Anlehnung an die eigenen Grenzkosten anzubieten. Beispielhaft kann auf die Preisverhandlungen zwischen einzelnen Handelsunternehmen und Molkereien im November 2010 verwiesen werden. Die Kontraktpreise bei Aldi stiegen zum 1. November für Trinkmilch um 1,8 ct/l; allerdings erhöhte der Händler nicht den Ladenpreis für Milch. Andere Einzelhandelsunternehmen verzögerten daraufhin ihre Kontraktabschlüsse, sodass die Molkereien aufgrund noch nicht abgeschlossener Kontrakte unter Druck gerieten (LZ, 2010a). Im Gegensatz zur Preistransparenz auf der vorgelagerten Stufe führt eine Verschachtelung und Kombination der Konditionen, wie sie bei Jahresgesprächen praktiziert wird, zu einer eingeschränkten Preistransparenz (STEFFENHAGEN, 1995: 23, HELLBERG-BAHR et al., 2010: 21).

Einfluss auf die Preisfindung im LEH hat nicht nur der Wettbewerb auf der Handelsstufe, sondern auch das Konsumentenverhalten. In einer gemeinsamen Studie haben GfK und SAP (BACHL et al., 2010) Indikatoren für die Preissensitivität der Kunden bei Lebensmitteln ermittelt. Der sogenannte Preissensitivitätsindex besteht aus dem arithmetischen Mittel der Einkaufshäufigkeit im Jahr, der Käuferreichweite, die beschreibt, wie viel Prozent der Haushalte das jeweilige Produkt kaufen, sowie dem Promotion-Anteil, der besagt, in welchem Umfang das Produkt vom Handel beworben wurde. Es wurden 275 Warengruppen untersucht und gerankt. Je niedriger der Preissensitivitätsindex ist, desto besser ist die Preiskenntnis und desto preissensitiver reagieren die Verbraucher. Diese Produkte stehen im Ranking weiter vorne. Viele Molkereiprodukte fallen in die Kategorie der besonders preiselastischen Erzeugnisse, bei denen der Handel nur über geringe Preisspielräume verfügt. Einige wenige Molkereiprodukte sind in dem Ranking weiter hinten zu finden, diese bieten größere Preisgestaltungsmöglichkeiten (vgl. Tabelle 4) (BACHL et al., 2010: 21-23, 39-41).

Im LEH werden neben den bisher im Niedrigstpreissegment angesiedelten Handelsmarken auch immer mehr Handelsmarken höherpreisig positioniert. So sind Biomolkereiprodukte heute bei allen großen Handelsunternehmen Bestandteil des jeweiligen Biohandelsmarkensortiments. Herstellermarken sind hier Ausnahmen. Eine neue Entwicklung ist die Einführung von Gourmet- bzw. Genusshandelsmarkenlinien. Tabelle 5 gibt einen Überblick über die wichtigsten Markenprogramme der großen Handelsunternehmen. Unter diesen Marken werden teilweise auch Molkereiprodukte vermarktet. Ein Beispiel stellt die Trüffelbutter von Aldi Nord dar, die unter der Genusshandelsmarke Freihofer Gourmet angeboten wird (MILCH-MARKETING, 2010a: 7). Hieran kann beobachtet werden, dass der LEH auch im Premiumsegment die Marktführerschaft zu übernehmen versucht. Die Milchindustrie ist dagegen bei der Positionierung von Premium- und Luxusmarken eher zurückhaltend. Ein Beispiel stellt die inzwischen beendete Lizenzpartnerschaft (2005-2007) zwischen der Nordmilch und dem Feinkostunternehmen Käfer (LZ, 2007) dar. Relativ erfolgreich ist dagegen die seit über einem Jahrzehnt laufende Lizenzproduktion der Privatmolkerei Bauer unter dem Markendach Mövenpick (LZ, 2010b). Insgesamt ist aber erkennbar, dass die deutsche Milchindustrie zunehmend vom Handel in der Funktion des Marktgestalters abgelöst und auf die Rolle des Vorlieferanten reduziert wird. Dies verstärkt die Nachfragemacht des LEH und somit den Preisdruck auf die Milchindustrie (BUNDESKARTELLAMT, 2009a: 99).

2.3 Molkereiwirtschaft

Der aktuelle Strukturbericht der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) (Erhebungsjahr 2009) zeigt, dass im Vergleich zur vorhergehenden Erhebung des Jahres 2006 die Konzentration in der Molkereiwirtschaft weiter vorangeschritten ist. Die Anzahl der milchaufnehmenden Unternehmen hat sich in diesem Dreijahreszeitraum um 5,8 % verringert, während sich die Milchmenge um 5,3 % erhöht hat. Im Jahr 2009 haben 196 Unternehmen eine Milchmenge von 28,6 Mio. t Milch erfasst. Davon wurde fast ein Drittel (8,8 Mio. t) von den sechs größten Molkereien verarbeitet (BLE, 2010). Die nach Umsatz und Milchmenge größten in Deutschland produzierenden Molkereien werden in Tabelle 6 dargestellt. Beachtenswert ist sowohl die Umsatz- als auch die Mengenaggregation der beiden größten Molkereien Nordmilch und Humana. Nach der geplanten Fusion, mit der die in 2009 als Vertriebsgesellschaft Nord-Contor Milch GmbH begonnene Zusammenarbeit fortgeführt werden soll, heben sich diese durch einen doppelt so hohen Umsatz und eine mehr als dreifach so große Verarbeitungsmenge von der derzeit drittgrößten Müller-Gruppe ab. Das fusionierte Unternehmen (Deutsches Milchkontor GmbH) rückt nun in das

Tabelle 4. Index der Preissensitivitäten bei Milch und Milcherzeugnissen

Nr. im Ranking	Warengruppe	Preissensitivitätsindex	Nr.	Warengruppe	Preissensitivitätsindex
3	Butter/-zubereitungen	21,3	38	Milch	71,6
4	Joghurt fest	26,0	51	Milchrahmerzeugnisse	83,0
5	Margarine	28,3	52	Hart-/Schnittkäse	83,3
17	Milchgetränke	44,7	81	Streichrahm	105,3
25	Quark	55,3	82	Schmelzkäse	106,7
32	Frischkäse/-zubereitung	64,0	89	Kondensmilch/ Kaffeesahne	108,7

Quelle: BACHL et al. (2010: 39f.)

Tabelle 5. Wichtige Genusshandelsmarken im deutschen LEH 2010

Marke	Seit	Produkte	Angebot	Warengruppe
REWE Feine Welt	2009	Über 155	dauerhaft	Trockensortiment, Frischebereich
EDEKA Selection	2009	5	dauerhaft	SB-Wurstwaren
real Selection	2008	ca. 50	dauerhaft	Süßwaren, SB-Wurstwaren, Feinkost
Freihofer Gourmet (Aldi Nord)	2009	ca. 30	vorwiegend saisonal	Trocken- und Frischesortiment
Deluxe (Lidl)	2009	ca. 15	überwiegend saisonal	Vorwiegend Trockensortiment

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tabelle 6. Top 10 der Milchverarbeiter in Deutschland

Nr.	Umsatzranking	Umsatz 2008 (Mio. €)	Produktionsranking	Milchmenge 2008 (Mio. kg)
1	Nordmilch Konzern	2 500	Nordmilch Konzern	4 100
2	Humana Gruppe	2 301	Humana Gruppe	3 000
3	Müller Gruppe	1 768	Müller Gruppe	2 150
4	FrieslandCampina	1 482	Hochwald	1 900
5	Hochwald	1 170	Milch-Union Hocheifel	1 078
6	Hochland	1 100	FrieslandCampina	983
7	Bayernland	1 000	Uelzena Konzern	962
8	Zott	790	Molkerei Ammerland	957
9	Ehrmann Konzern	664	BMI Gruppe	892
10	Meggle	635	Rücker	850

Quelle: MIV (2010d)

Ranking der zehn größten weltweiten Molkereien auf (RABOBANK, 2010). Auch hinsichtlich der Lieferantenposition wird die Molkerei Müller, die derzeit Platz 15 im Ranking der wichtigsten Handelspartner des LEH einnimmt, überholt. In Tabelle 7 wird ein molkereispezifischer Ausschnitt des entsprechenden Rankings der Top 100 Lieferanten 2010, das die größten Zulieferer des LEH in Deutschland benennt, präsentiert. Die Tabelle zeigt auch die beachtliche Position der internationalen WettbewerberFrieslandCampina (NL), Danone (F), Bongrain (F), (Arla Foods (DK/S), Lactalis (F) und Fromageries Bel (F) im deutschen Markt. Angeführt wird die Liste von Nestlé (CH) (3 438 Mio. €), Oetker (3 038 Mio. €) und Procter & Gamble (USA) (2 900 Mio. €) (LZ, 2010c).

Tabelle 7. Milchverarbeitende Unternehmen unter den Top 100 Lieferanten des LEH

Nr.	Molkerei	Umsatz mit dem LEH 2009 (Mio. €)
15	Molkerei Müller	1 482
21	Nordmilch Konzern	1 306
24	Humana Milchunion	1 217
25	FrieslandCampina	1 210
33	Bayernland	850
40	Hochwald	693
43	Danone	620
45	Bongrain	600
46	Hochland	595
59	Arla Foods	400
61	Lactalis	375
64	Zott	362
70	Meggle	352
71	Ehrmann	350
78	Milchunion Hocheifel	315
79	Frischli Milchwerke	315
93	Hansa-Milch	266
96	Fromageries Bel	248
98	Ammerland	204
100	Allgäuland	199

Quelle: LZ (2010c)

Neben der im September 2010 vom Bundeskartellamt genehmigten Fusion von Nordmilch und Humana (LZ, 2010d), gibt es weitere wichtige Strukturveränderungen. Im Nachbarland Österreich wollen die größte Molkerei Berglandmilch und Tirol Milch zusammenarbeiten (LZ, 2010e). Ferner wird eine über Ländergrenzen hinausgehende Fusion zwischen der skandinavischen Großmolkerei Arla Foods und der deutschen Hansa-Milch vorbereitet. Nach der Abstimmung in außerordentlichen Mitgliederversammlungen Anfang 2011 soll diese rückwirkend zum 1. Januar 2011 vollzogen werden (FTD, 2010).

So unbestritten die grundsätzliche Notwendigkeit eines fortschreitenden Strukturwandels auch ist, verschiedene Beispiele zeigen immer wieder, dass auch kleinere Unternehmen mit Differenzierungs- und Nischenstrategien erfolgreich agieren können. Die Goldmilch eG (120 Mio. kg Milch) hat sich z.B. gezielt auf die Anforderungen der europäischen Schokoladenindustrie und McDonalds (Milchshakes und Eis) eingestellt (LZ, 2010f). Ebenso wie der LEH mit Genussmarken (siehe Kapitel 2.2) neue Premiumansätze etabliert, gibt es auch in der Molkereiwirtschaft einige Versuche zur höherpreisigen Positionierung durch besondere Prozesseigenschaften. Wichtige Innovationen der jüngeren Vergangenheit sind „Faire Milch“, „GVO-freie Milch“ sowie Heu- und Weidemilchansätze (Tabelle 8).

Pionier des „Fair“-Konzepts ist die Upländer Bauernmolkerei, die bereits seit 2005 Biomilch unter dem Logo „Erzeuger fair“ erfolgreich vermarktet (UPLÄNDER BAUERNMOLKEREI, 2010). Seit Januar 2010 ist „Die faire Milch“ der Milchvermarktung Süddeutschland (MVS) bei rund 1 200 Rewe- und 300 Tegut-Filialen in Hessen, Bayern und Baden-Württemberg, den Bundesländern der Milcherzeuger, die sich für das Projekt zusammengeschlossen haben, erhältlich. Dieses Projekt basiert auf einer Initiative des Bundesverbands deutscher Milchviehhalter (BDM);

die Molkerei agiert hierbei lediglich als Abfüller. „Die faire Milch“ kostet 99 ct/l mit einem Fettgehalt von 3,8 % (LZ, 2010g), im Vergleich lag Vollmilch bei 56 ct/l im Juni 2010 (3,5 % Fett) (IFE, 2010). Der Mehrpreis soll auf den Milcherzeugerpreis aufgeschlagen werden. Zu bedenken ist bei diesem Konzept generell, dass nur ein Teil der angelieferten Milchmenge über faire Produkte vermarktet wird und somit auch nur dieser Anteil höhere Erlöse erzielt. Die Mehreinnahmen müssen auf die komplette Milchanlieferung umgerechnet werden, sodass der Aufschlag deutlich geringer ausfällt (LZ, 2010h). Außerdem sind weitere Qualitätsaussagen strittig (AGRARHEUTE, 2010).

Auch mit gentechnikfreien Molkereiprodukten wird versucht, Milchmarken zu positionieren und bessere Preise zu erzielen. Vorreiter ist wiederum die Upländer Bauernmolkerei (seit 2005, UPLÄNDER BAUERNMOLKEREI, 2008). Erhebliche Marktrelevanz besitzt aber die Auslobung der Landliebe-Produkte von FrieslandCampina mit dem seit März 2010 verfügbaren halbstaatlichen Logo „ohne Gentechnik“, die im Juli 2010 auf ein breites Produktsortiment ausgeweitet wurde (Milch, Joghurt, Sahne, Käse) (LZ, 2010i; 2010j). Auf Basis des 2008 novellierten EU-Gentechnikdurchführungsgesetzes und des neuen Labels, das vom BMELV entwickelt, aber von einem privatwirtschaftlichen Verband vergeben wird, hat FrieslandCampina hier gegen den Widerstand vieler größerer Handelsunternehmen ein neues Segment erschlossen. Die Skepsis des Handels speist sich dabei aus Bedenken gegen eine Diskriminierung des übrigen Sortiments. Interessant ist in diesem Zusammenhang eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes vom September 2010, die es erlaubt, Milch von Kühen, die gentechnisch veränderte Futtermittel bekommen haben, als „Gen-Milch“ zu bezeichnen (Greenpeace verwendete diesen Begriff gegenüber Müller-Milch) (BVERFG, 2010).

Heu- und Weidemilchprodukte fokussieren die Natürlichkeit der Produkte, gesunde Inhaltsstoffe sowie die Artgerechtheit der Tierhaltung durch den Weidegang im Sommer sowie eine Heufütterung im Winter. Eine besondere Auszeichnung erhielt die Heumilchkampagne der österreichischen Heumilch durch den Internationalen Verband der Milchwirtschaft als weltweit beste Milchkampagne 2010 (MILCHMARKETING, 2010b: 11). Auch in Deutschland findet dieses Konzept Nachahmer. Die norddeutsche Molkerei Hansa-Milch produziert mit Hansano Weidemilch die bekannteste deutsche Weidemilch. Auf der Homepage des Unternehmens kann jede einzelne Verpackung mit Hilfe eines Codes in die Region, in der die Milch erzeugt wurde, zurückverfolgt werden (HANSA-

Tabelle 8. Ausgewählte Marketing-Konzepte auf Molkereiebene

Konzept	Unternehmen	Einführung	Besonderheiten
Faire Milch			
Erzeuger-fair Milch	Upländer Bauernmolkerei	2005	Biomilch; ohne Gentechnik
Die faire Milch	MVS Milchvermarktungs-GmbH	2010	ohne Gentechnik
Bergbauernmilch/ Bio-Alpenmilch	Milchwerke Berchtesgadener Land	2006 (Naturland Faire Partnerschaften) 2010 (Naturland Fair)	Naturland Fair Richtlinien; ohne Gentechnik
GVO-frei			
	Upländer Bauernmolkerei	2005	konventionelle und Biomilch
Landliebe-Produkte	FrieslandCampina	2008	
Heu-/Weidemilch			
Heumilch	> 60 Molkereien und Käsereien	2004	Österreich; ohne Gentechnik
Weidemilch	FrieslandCampina	2003: Belgien 2007: Niederlande	Weidegang vorgeschrieben
Hansano Weidemilch	Hansa-Milch	2010	Rückverfolgbarkeit; hoher Grünfutteranteil
Schwarzwälder Weidemilch	Schwarzwaldmilch	2009	Weidegang vorgeschrieben; ohne Gentechnik
Genussprodukte			
Genussprodukte im Premiumsegment	Weißenhorner Milch Manufaktur	Umpositionierung 2009	Bioprodukte

Quelle: eigene Zusammenstellung

MILCH, 2010). Ein ähnliches, hinsichtlich der Produktionsbedingungen noch konsequenteres Weidemilchkonzept verfolgt die Molkerei Schwarzwaldmilch.

Seit 2009 verfolgt die Weißenhorner Milch Manufaktur, die hochwertige Biomilchprodukte in ansprechendem Design herstellt, ein weiteres Marketing-Konzept (Tabelle 8). Sie hat sich auf Genussspezialitäten wie zum Beispiel Tiramisu mit separater hochwertiger Schokolade, verpackt in auffallendem Design, spezialisiert.

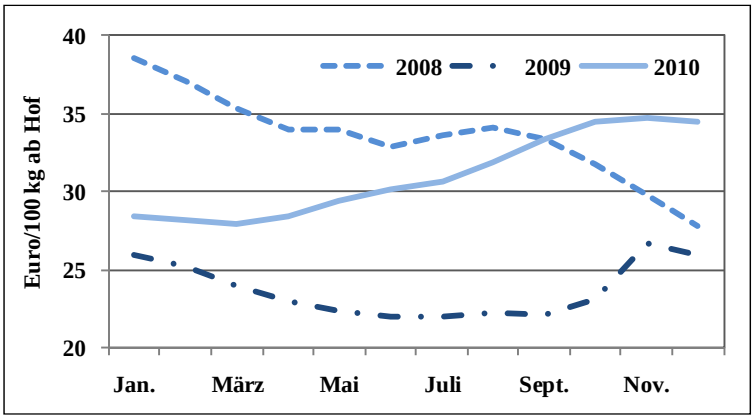
Neben den vorgestellten Marketing-Konzepten hat auch die Hervorhebung gesundheitsfördernder Produkteigenschaften eine hohe Relevanz für das Molkereimarketing. Allerdings unterliegt die Auslobung von nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben der Health Claims Verordnung (Verordnung EG Nr. 1924/2006), die am 01. Juli 2007 in Kraft getreten ist. Die nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben sind nach Übergangsfristen nur noch erlaubt, wenn ein wissenschaftlicher Nachweis der positiven Gesundheitseffekte geführt werden kann und dieser von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) akzeptiert wird (MÜLLER, 2007). Die Health Claims Verordnung soll damit Verbraucher vor Täuschung und Irreführung schützen. Ein sehr prominentes Beispiel für gesundheitsbezogene Angaben auf Milchprodukten ist Actimel von Danone, welches die Abwehrkräfte aktivieren soll. Danone hat einen Antrag auf diesen Claim im April 2009 und erneut in modifizierter Form im Februar 2010 eingereicht, ihn allerdings später zum zweiten Mal zurückgezogen, um eine Ablehnung zu vermeiden (BRISEÑO und LUBBADEH, 2010; LZ, 2010k). Eine weitere beantragte Werbeaussage, die auf die Diarrhoe-reduzierende Wirkung von Actimel zielte, wurde vom wissenschaftlichen Panel der EFSA im Dezember 2010 abgewiesen (EFSA, 2010). Diese Misserfolge des marktführenden Anbieters Danone, der sich in seiner Unternehmensstrategie zentral auf Gesundheitsprodukte ausrichtet („Jeden Tag gesünder leben“), bekräftigen die erhebliche Skepsis hinsichtlich der Möglichkeiten einer gesundheitsorientierten Markenpositionierung von Milchprodukten vor dem Hintergrund der Health Claims Verordnung. Die eingereichten Anträge für probiotische Milchprodukte sind bisher im Wesentlichen gescheitert. Damit verbleiben nur sehr allgemeine und für das Marketing wenig innovative Aussagen, wie z. B. zu den positiven Wirkungen von Calcium auf die Knochen und von Vitamin C auf das Immunsystem (MEDIVENDIS, 2009).

2.4 Landwirtschaft

Das Jahr 2010 brachte ab Jahresmitte eine Erholung der Milcherzeugerpreise. Lagen im Januar die Auszahlungspreise noch etwa auf dem (niedrigen) Niveau Ende des Vorjahres, so stiegen sie im Verlauf des Jahres langsam aber kontinuierlich an und erreichten im Dezember 34,42 ct/kg (vgl. Abbildung 1) (EU-KOMMISSION, 2010c).

Der im Jahr 2008 durch das Vorjahrespreishoch angehaltene Strukturwandel ging in den Jahren 2009 und 2010 in den langjährig bekannten Schritten weiter (-5,1 % 2009:2010). Im Jahr 2010 wurden noch 91 550 Betriebe gezählt (Tabelle 9). Die Milchkuh-

Abbildung 1. Erzeugerpreise für Milch in Deutschland



Quelle: EU-KOMMISSION (2010c)

Tabelle 9. Strukturwandel der deutschen landwirtschaftlichen Betriebe

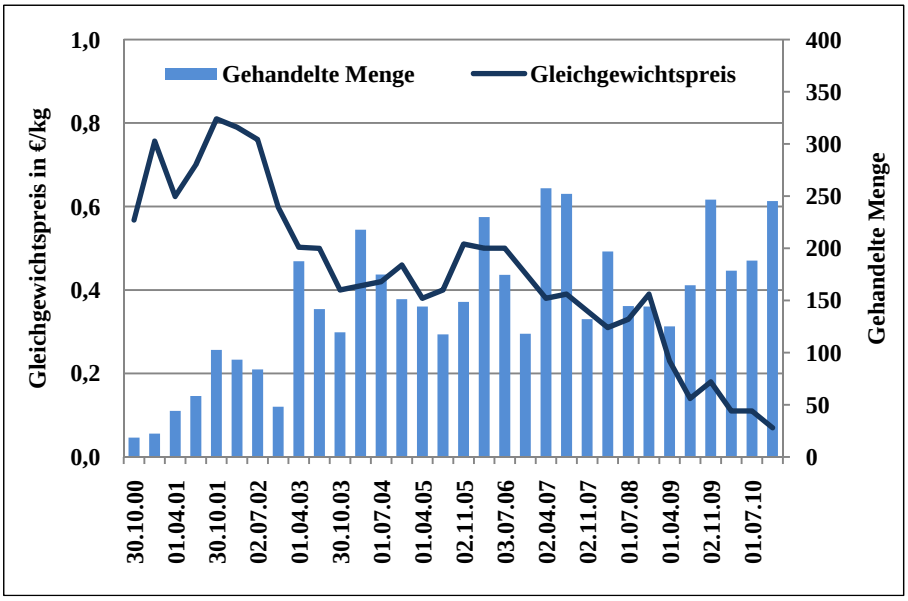
	Milchkuhbestand (1 000)	Anzahl Milchviehhalter (1 000)	Anzahl Kühe pro Halter	Milchproduktion pro Betrieb (kg)	Milchleistung je Kuh und Jahr (kg)
1995	5 229	196	27	144 705	5 424
2000	4 570	139	33	201 277	6 122
2005	4 236	110	39	260 360	6 761
2006	4 081	106	39	263 687	6 849
2007	4 071	101	40	279 891	6 944
2008	4 218	101	42	285 112	6 827
2009	4 205	97	43	302 457	6 977
2010	4 182	92	45	-	-

Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT (2010b, 2010c, 2010d), eigene Berechnung

anzahl ging nach der Hochpreisphase, während der auch Kühe mit schlechterer Milchleistung gemolken wurden, in 2009 und 2010 wieder leicht zurück, liegt allerdings noch über dem Wert von 2006 und 2007. Insgesamt ist die Anzahl der Milchkühe pro Halter auf 45 Kühe gestiegen. Auch die durchschnittliche Milchleistung pro Tier und Jahr hat wieder zugenommen und erreichte im Jahr 2009 einen neuen Höchststand von 6 977 kg (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2010b, 2010c, 2010d).

Die Milchanlieferung stieg im Jahr 2010 im Vergleich zum Vorjahr um voraussichtlich 2 % und lag bei 29 Mio. Tonnen (RICHARTS und THIELE, 2010: 486). Die bundesweite Quote (April bis September) wurde zu 99,7 % erfüllt (GORN, 2010: 394). Der Quotenpreis ist bei der 32. Milchquotenbörse am 2. November 2010 auf einen historischen Tiefstand gesunken (Gleichgewichtspreis: 0,07 ct/kg; West: 0,08 ct/kg; Ost: 0,03 ct/kg) (vgl. Abbildung 2). Die sinkenden Quotenpreise können als deutliches Zeichen im Hinblick auf das Ende

Abbildung 2. Gehandelte Quotenmenge und Übertragungspreise an der Milchquotenbörse in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung nach ZMP (2008), DBV (2010)

Tabelle 10. Anteile von Nordmilch und Humana am jeweiligen Beschaffungsmarkt für konventionelle Milch in verschiedenen Regionen

Molkereistandort	Anteil Humana	Anteil Nordmilch	Gem. Anteil nach Fusion	Anteil des größten Wettbewerbers	Zahl regionaler Wettbewerber
Altentreptow	> 30 %	20-30 %	< 60 %	Hansa Milch: 15-25	9
Bergen	56-60 %	20-30 %	75-85 %	Rücker: < 10	4
Berlin	< 20 %	< 20 %	< 40 %	Müller: > 30	7
Coesfeld	< 30 %	< 15 %	< 40 %	MUH: > 10; Erbeskopf/Hochwald: > 10	14
Dargun	< 30 %	20-30 %	< 50 %	Hansa-Milch: 20-30; Rücker: 20-30	8
Edewecht	< 15 %	30-40 %	40-50 %	Molkerei Ammerland: 15-25	15
Erfurt	< 20 %	< 10 %	< 30 %	Erbeskopf/Hochwald: 10-20; Müller: 10-20; Milchwerke Oberfranken: 10-20	13
Everswinkel	20-30 %	10-15 %	< 40 %	Campina: > 10; Erbeskopf/Hochwald: > 10	15
Fallingbostel	< 10 %	30-40 %	> 40 %	Molkerei Ammerland: > 10	15
Georgsmarienhütte	> 20 %	< 20 %	> 40 %	Molkerei Ammerland: 15-20	16
Hohenwestedt	< 5 %	< 40 %	> 40 %	Meierei Barmstedt: > 10	11
Holdorf	< 20 %	25-35 %	< 50 %	Molkerei Ammerland: 10-20	15
Magdeburg	< 15 %	20-30 %	< 40 %	Müller: > 15	16
Neubörger	< 15 %	> 30 %	< 50 %	Molkerei Ammerland: > 20	13
Nordhackstedt	0	< 40 %	< 40 %	Meierei Barmstedt: < 30	9
Rimbeck	30-40 %	< 10 %	< 40 %	Erbeskopf/Hochwald: 15-25	15
Strückhausen	< 10 %	< 40 %	35-45 %	Molkerei Ammerland: 15-25	15
Waren	20-30 %	20-30 %	< 50 %	Hansa-Milch: 15-25	9
Zeven	< 10 %	25-35 %	< 40 %	Molkerei Ammerland: > 15	15

Quelle: BUNDESKARTELLAMT (2009b: 46-55)

Tabelle 11. Kommunikation in Genossenschaftsmolkereien

Statement	Stich-probe	Einfache Mitglieder	Gremien-mitglieder
Insgesamt bin ich mit der Kommunikation von meiner Molkerei zufrieden.	0,25	0,25	0,15
Mit der Arbeit meiner regionalen Vertreter in der Vertreter-versammlung von meiner Molkerei bin ich zufrieden.***	-0,18	-0,21	0,41
Meine regionalen Vertreter informieren mich regelmäßig über Beschlüsse der Vertretersammlung.***	-1,00	-1,04	-0,08

Mittelwert auf einer Skala von -2 = „Trifft gar nicht zu“ bis 2 = „Trifft voll und ganz zu“; $p \leq 0.001$: höchst signifikant ***; $p \leq 0.01$: hoch signifikant **; $p \leq 0.05$ * signifikant.
Quelle: eigene Berechnung

der Quotenregelung am 31. März 2015 interpretiert werden. Auch beim nächsten Börsentermin im April 2011 werden sinkende Quotenpreise aufgrund der nicht veräußerbaren Angebotsmengen erwartet. Die Angebotsmenge erreichte mit 421,4 Mio. kg ein Rekordhoch seit der Börseneinführung im Jahr 2001. Gut 60 % dieser Menge wurde nachgefragt. Abschließend wurden 245,1 Mio. kg gehandelt (vgl. Abbildung 2). Entsprechend konnten 61 % der Anbieter ihre Menge veräußern, während nahezu alle Nachfrager (99,9 %) bedient wurden. Insgesamt zeigte die Milchquotenbörse 2010 eine Verlagerung der Milchproduktion nach Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen im Übertragungsgebiet West. Im Übertragungsgebiet Ost wanderte die Quote vor allem nach Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen (DBV, 2010).

Neben den strukturellen Veränderungen auf landwirtschaftlicher Seite werden die Marktoptionen der Milchlandwirte durch die o. g. Zusammenschlüsse auf Seiten der Molkereien beeinflusst. So hat die Fusion von Nordmilch und Humana Auswirkungen auf die Absatzoptionen der landwirtschaftlichen Lieferanten in den jeweiligen Regionen. Das Bundeskartellamt hat in seiner Beurteilung der Vertriebskooperation eine regional differenzierte Auswertung der Beschaffungsmarktanteile der Unternehmen für verschiedene Standorte vorgelegt, wobei das Amt von einem Beschaffungsradius von 150 km um den jeweiligen Molkereistandort ausgegangen ist (BUNDESKARTELLAMT, 2009b: 46-55). Tabelle 10 zeigt, dass in den meisten Regionen der Beschaffungsmarktanteil des fusionierten Konzerns zwischen 40 und 50 % liegen wird. Für die Landwirte gibt es damit noch Ausweichmöglichkeiten, diese werden aber geringer.

Wenn die Exit-Option für die Landwirte schwieriger wird, so kann doch ggf. Einfluss auf die Geschäfts- und Auszahlungspolitik des Abnehmers im Rahmen der genossenschaftlichen Gremien genommen werden, da ca. zwei Drittel der angelieferten Milchmenge von Unternehmen in genossenschaftlicher Rechtsform verarbeitet werden. Eine Studie aus dem Jahr 2010 (BAHR, 2010) zeigt auf Basis einer Befragung von 1 440 landwirtschaftlichen Anteilseignern einer größeren Genossenschaft, dass hier jedoch erhebliche Defizite vorliegen. Die Arbeit der landwirtschaftlichen Vertreter in den Gremien wird skeptisch bewertet, überraschenderweise sogar von den Vertretern selber (vgl. Tabelle 11).

3 Die internationalen Märkte für Milchprodukte

Nachdem zu Beginn des Jahres 2009 die Preissohle auf den internationalen Märkten für Milcherzeugnisse erreicht wurde, kam es bereits zum Jahresende wieder zu einem deutlichen Anstieg der Preise. 2010 stabilisierten sich die Preise dann nach einem anfänglichen Preisrückgang auf dem Ende 2009 erreichten Niveau. Unter diesen Umständen konnten sowohl die im Vorjahr aufgebauten öffentlichen Lagerbestände zu einem großen Teil wieder abgebaut werden, als auch weiterhin auf die 2009 ausgesetzten Exporterstattungen verzichtet werden. Letzteres führt dazu, dass die europäischen (und auch deutschen) Preise für Milcherzeugnisse unmittelbar an die internationalen Preise gekoppelt sind. Die europäischen Preise für Milcherzeugnisse wiederum bestimmen – je nach Produktportfolio und Differenzierungsgrad der einzelnen Molkereien – die europäischen Milchpreise. Da auch die Milchpreise in allen anderen wichtigen großen Milchexportländern sich in einem durch den Weltmarkt gesetzten Rahmen bewegen, ist damit eine zunehmende Integration der für den Weltmarkt wichtigsten Ländermärkte für Milcherzeugnisse zu konstatieren.

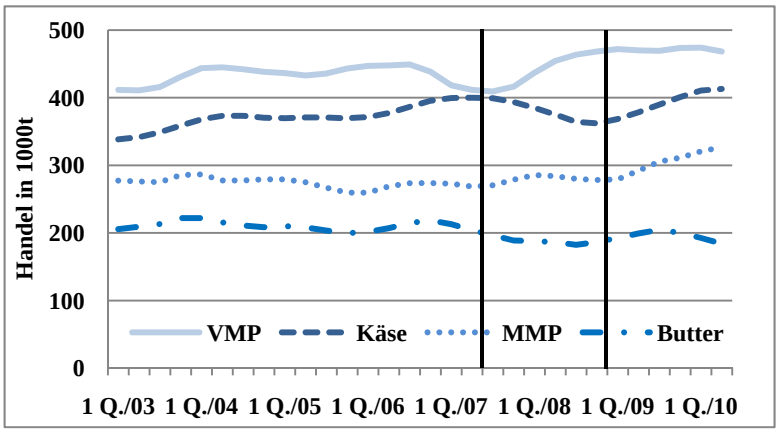
3.1 Nachfrage nach Milcherzeugnissen

Im Jahr 2009 fiel das weltweite Nachfragewachstum im Gegensatz zum Vorjahr wieder deutlich höher als das Angebotswachstum (Kapitel 3.2) aus, sodass es teilweise – z. B. in Neuseeland – zum Abbau vor allem privatwirtschaftlicher Lagerbestände (Kapitel 3.3) kam. Dennoch lag die Wachstumsrate der Nachfrage mit 1,7 % unter dem Durchschnitt der Jahre 2001 bis 2009 von 2,3 % p. a. (ZMB, 2010; FAO, 2010). Für den weltweiten Pro-Kopf-Verbrauch von Milch folgte daraus ein Anstieg um 0,4 kg/Kopf auf 102,4 kg/Kopf (ZMB, 2010).

Im Jahr 2010 waren die Rahmenbedingungen der Nachfrage nach Milcherzeugnissen im Wesentlichen vorteilhaft. Insbesondere die Schlüsselvolkswirtschaften des asiatischen Raums haben die Wirtschafts- und Finanzkrise (WFK) überwunden und befinden sich wieder auf Wachstumskurs. Ebenso sind die Preise für Substitute von Milcherzeugnissen (z.B. Palmöl, Sojabohnenmehl) wieder bzw. noch auf einem relativ hohen Niveau. Insbesondere die Preise für pflanzliche Öle sind zum Ende des Jahres noch gestiegen (FAO, 2011). Auch erwies sich die Importnachfrage nach Milcherzeugnissen gegenüber den im Jahr 2010 vorherrschenden Preisen als erstaunlich stabil und zum Teil auch steigend. Dies verdeutlichen die in Abbildung 3 dargestellten internationalen Handelsmengen. Bereits nach dem Durchschreiten der Preissohle im ersten Quartal 2009 sind deutliche Steigerungen[1] der Handelsmengen von Magermilchpulver (MMP) und Käse zu erkennen. Zumindest bei Käse ist das nicht ungewöhnlich, da hier schon seit Jahrzehnten ein stabiler Aufwärtstrend der Handelsmengen zu beobachten ist. Dieser erfuhr erst infolge der bei Käse zeitlich versetzten Preissteigerungen von 2007 sowie der WFK einen Einbruch (vgl. FAHLBUSCH et al., 2010). Die starken Steigerungen der Käsehandelsmengen seit Mitte 2009 beinhalten daher sowohl die Rückkehr zu einem bereits zuvor erreichten Niveau als auch einen gewissen Aufholeffekt. Bemerkenswert sind hingegen die seit dem ersten Quartal 2009 zu verzeichnenden Steigerungen der Handelsmengen von MMP; in den vorausgehenden zwei Jahrzehnten bewegte sich der MMP-Handel stets auf einem in etwa gleichen und niedrigeren Niveau. Eine Ursache für die höhere MMP-Nachfrage könnte in einer verstärkten Substitution von Vollmilchpulver (VMP) durch MMP in Verbindung mit pflanzlichen Ölen liegen. Dies ist für eine Reihe von Nutzungen möglich (USDA-ERS, 2006: 10-11) und auch zu erwarten, da der Preis von VMP 2010 aufgrund der hohen Butter- bzw. Fettpreise deutlich über dem Preis von MMP lag. Diese Hypothese wird auch durch ein nur geringes Wachstum der Handelsmenge von VMP gestärkt, das in der Vergangenheit deutlich höher im Vergleich zu anderen Milcherzeugnissen lag. Die Handelsmenge an Butter ging 2010 erneut zurück. Aufgrund des hohen Weltmarktpreises für Butter ist jedoch davon auszugehen, dass dies auf angebotsseitige Faktoren zurückzuführen ist.[2]

Die Tabellen 12 und 13 zeigen die Veränderungen der Importmengen der bedeutendsten international gehandelten Milcherzeugnisse für die wichtigsten Importländer. Bei Butter finden sich für eine Reihe von Ländern stark rückläufige Importe. Dies galt auch

Abbildung 3. Gleitender Durchschnitt der Quartals-Handelsmengen* auf den wichtigsten internationalen Märkten für Milcherzeugnisse



* Die dargestellten Mengen entsprechen den Exportmengen der 79 durch die GTIS-Datenbank erfassten Länder, womit alle wichtigen Exportländer auf den Weltmärkten für Milcherzeugnisse abgedeckt sind. Die Trennlinien markieren das 3. Quartal 2007 (Preisspitze auf den Weltmärkten) und das 1. Quartal 2009 (Preissohle).

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2011)

[1] Durch die Darstellung als gleitender Durchschnitt in Abbildung 3 ist die tatsächliche Dynamik auf den Märkten, d. h. kurzfristige Einbrüche von Handelsmengen in einzelnen Monaten bzw. Quartalen, nicht erkennbar.

[2] Die Verbindung von rückläufigen Handelsmengen und steigenden Preisen weist eher auf Angebotsverknappungen hin, während steigende Handelsmengen und Preise auf eine höhere Nachfrage hindeuten.

erneut für die EU, deren Butterimporte (historisch bedingt) weitgehend aus neuseeländischen Zollkontingenten bestehen. Mit einem durch das Aussetzen der Exporterstattungen hervorgerufenen Angleichen von europäischen und internationalen Preisen sinkt jedoch der Wert dieser Zollkontingente, wobei die rückläufigen EU-Butter-Importe tatsächlich hauptsächlich aus abnehmenden Einfuhren aus Neuseeland resultieren. Trotz allgemein rückläufiger Butterimporte stiegen die Einfuhren Russlands als größtem Abnehmer auf dem Weltmarkt für Butter um 12 %. Auch bei Käse sticht Russland als größter Abnehmer mit Importsteigerungen von 25 % hervor. Diese Importzuwächse sind zum Teil durch russische Produktionseinbußen aufgrund einer geringeren Futterverfügbarkeit infolge der Rekordhitze und Trockenheit im Jahr 2010 zustande gekommen und werden voraussichtlich bis ins Jahr 2011 andauern. Trotzdem ist damit zu rechnen, dass die russischen Importe hinter ihrem Potential zurückbleiben, da die russische Regierung sich zu einer Anhebung der Importzölle für verschiedene Milcherzeugnisse entschlossen hat, um die heimische Produktion zu fördern (USDA-FAS, 2010c).

Bei den Käseeinfuhren ergibt sich lediglich für die USA ein negatives Vorzeichen, das jedoch einen seit 2003 zu beobachtenden Trend widerspiegelt. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren sogar noch verstärkt und geht mit einem Ausbau der amerikanischen Position als Nettoexporteur einher. Mit dem daraus folgenden Angleichen von US- und Weltmarktpreisen wird der amerikanische Markt für ausländische Exporteure weniger interessant (USDA-FAS, 2010a). In Bezug auf die Welthandelsmenge fällt neben den russischen Einfuhrsteigerungen vor allem der japanische Importzuwachs von 12 % ins Gewicht, der im Vorjahr noch nicht abzusehen war. USDA-FAS (2010d: 9) konstatieren, dass dieser durch eine starke Erholung von industrieller und Endkundennachfrage bedingt ist und verweisen unter anderem auf sinkende Preise infolge der Yen-Aufwertung.

Tabelle 12. Veränderung der Importmengen der Top 10* Butter- und Käse-Importländer

Butter-Importländer	Marktanteil	Veränderung der Importe			Käse-Importländer	Marktanteil	Veränderung der Importe		
		2008	2009	2010**			2008	2009	2010**
1 Russland	10%	12%	-30%	12%	1 Russland	16%	6%	-8%	25%
2 EU-27	10%	-30%	-2%	-17%	2 Japan	13%	-17%	-1%	12%
3 Mexiko	7%	-31%	47%	-30%	3 USA	12%	-15%	-5%	-19%
4 Ägypten	7%	-7%	49%	-41%	4 EU-27	6%	-10%	-1%	4%
5 Iran	6%	31%	-5%	26%	5 Mexiko	5%	-21%	7%	14%
6 Saudi-Arabien	5%	2%	5%	-8%	6 Saudi-Arabien	4%	-22%	-6%	10%
7 USA	5%	-55%	49%	-14%	7 Australien	4%	5%	-4%	27%
8 Marokko	4%	46%	-14%	-16%	8 Südkorea	3%	-4%	3%	23%
9 Singapur	3%	-17%	-16%	17%	9 Schweiz	2%	10%	7%	6%
10 Arab. Emirate	2%	-3%	-9%	-10%	10 Kanada	2%	0%	-6%	4%

* Der Marktanteil wurde nach der Importmenge der Länder im Zeitraum 2005 bis 2009 bestimmt.
** Die Veränderung der Importe im Jahr 2010 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2011)

Tabelle 13. Veränderung der Importmengen der Top 10* MMP- und VMP-Importländer

MMP-Importländer	Marktanteil	Veränderung der Importe			VMP-Importländer	Marktanteil	Veränderung der Importe		
		2008	2009	2010**			2008	2009	2010**
1 Mexiko	13%	26%	8%	-16%	1 Algerien	10%	-5%	31%	-25%
2 Indonesien	8%	-15%	35%	46%	2 Venezuela	5%	152%	-32%	-64%
3 Algerien	8%	15%	-12%	-1%	3 Saudi-Arabien	5%	-7%	-15%	-18%
4 Philippinen	8%	-14%	11%	40%	4 China	5%	-20%	286%	91%
5 Malaysia	7%	-8%	7%	10%	5 Indonesien	4%	0%	-40%	-13%
6 Thailand	5%	7%	-17%	22%	6 Singapur	4%	19%	1%	17%
7 Singapur	5%	-13%	13%	4%	7 Nigeria	4%	2%	8%	3%
8 China	5%	36%	28%	34%	8 Sri Lanka	3%	0%	-2%	19%
9 Japan	3%	-9%	7%	-16%	9 Malaysia	3%	-16%	-41%	-12%
10 Taiwan	2%	-26%	30%	-4%	10 Oman	3%	80%	-7%	-23%

* Der Marktanteil wurde nach der Importmenge der Länder im Zeitraum 2005 bis 2009 bestimmt.
** Die Veränderung der Importe im Jahr 2010 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2011)

Auf dem MMP-Markt dominieren entsprechend der Entwicklung des Gesamtmarktes Importzuwächse (Tabelle 13). Die größten Auswirkungen auf die Welthandelsmenge haben diese im Fall von Indonesien, den Philippinen und China. Da gleichzeitig die VMP-Importe in Indonesien und den Philippinen rückläufig waren, ist auch hier ein Hinweis für eine Substitution von VMP durch MMP zu erkennen. Dagegen fällt Mexiko als größter MMP-Importeur aus dem Bild; wie schon bei den Butterimporten (Tabelle 12) kommt es hier zu einem überdurchschnittlich starken Rückgang. USDA-FAS (2010e) nennen als Gründe die Abwertung des Pesos und staatliche Bestrebungen, die Abhängigkeit von Pulverimporten zu reduzieren und stattdessen die inländische Produktion zu fördern. Letzteres kann auch als Grund für die rückläufigen MMP- und VMP-Importe Algeriens angeführt werden (USDA-FAS, 2010g).

Bei den VMP-Importen verbergen sich hinter einem vergleichsweise geringen Anstieg der gesamten Handelsmenge große Umbrüche bei einzelnen Ländern. So weisen große VMP-Importländer wie Algerien, Indonesien und Saudi-Arabien deutliche Einbrüche im Import aus, während China erneut deutliche Importsteigerungen präsentiert. Letzteres hat mittlerweile dazu geführt, dass China in den ersten drei Quartalen 2010 ca. 18 % des gesamten Welthandels an VMP und 7 % des Welthandels an MMP importierte. Das illustriert bereits die aktuelle Bedeutung des Landes auf den Weltmärkten. Ohne die gewaltigen chinesischen Importsteigerungen in den Jahren 2009 und 2010 wäre die Welthandelsmenge von VMP deutlich zurückgegangen, im Jahr 2010 sogar zweistellig. Wesentlicher Grund für die höheren Importe sind wachsende Bedenken bezüglich der Nahrungsmittelsicherheit chinesischer Milcherzeugnisse in Verbindung mit einer stabilen wirtschaftlichen Situation und begrenztem inländischem Angebot (USDA-FAS, 2010b; USDA-FAS, 2010f; DAIRY AUSTRALIA, 2010b). Zwar erwarten USDA-FAS (2010b) weitere Zuwächse der chinesischen Importe in 2011, der Rückgang der VMP-Importe einer Reihe von Ländern könnte jedoch andeuten, dass bei VMP ein Preis erreicht ist, der bereits deutliche Nachfrage- und Substitutionsreaktionen auslöst. Zudem verweisen DAIRY AUSTRALIA (2010b) allgemein darauf, dass Preissignale von den Weltmärkten erst mit einer gewissen Verzögerung bei den Endkunden ankommen und es somit auch noch zu verzögerten Nachfragereaktionen kommen kann. Dies war in den letzten Jahren vor allem bei der Käsenachfrage zu beobachten (FAHLBUSCH et al., 2010).

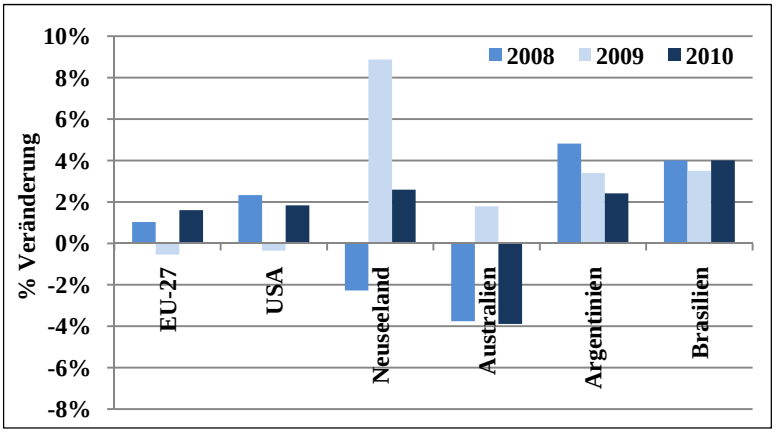
Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Nachfrage insgesamt zwar deutlich angezogen hat, dies aber nur bei Käse einen stabilen Trend widerspiegelt. Auf den Milchpulvermärkten hingegen gibt es Hinweise dafür, dass eine verstärkte Substitution den MMP-Markt befeuert, wohingegen der VMP-Markt überaus abhängig von den stark gestiegenen chinesischen Importen ist, deren Nachhaltigkeit mittelfristig nur schwer beurteilt werden kann.

3.2 Angebot von Milcherzeugnissen

Das Angebot in Form der weltweiten Milchproduktion ist 2009 mit nur 0,3 % geringer gewachsen als die Nachfrage. Dieser Wert liegt deutlich unter dem Durchschnitt des Zeitraums 2001 bis 2009, in welchem die Milchproduktion mit 2,3 % p.a. wuchs (ZMB, 2010; FAO, 2010), und ist Folge der unbefriedigenden Preissituation im Jahr 2009.

Das Jahr 2010 war auf der Angebotsseite von sich erholenden Milchpreisen gekennzeichnet, die trotz erneut angestiegener Futterkosten einen deutlichen Produktionsanreiz darstellten. Dies zeigt sich an der aktuellen Entwicklung der Milchproduktion einer Reihe von Ländern (Abbildung 4). In der EU-27 zeichnete sich eine Mehranlieferung im Vergleich zum Vorjahr erstmals im Mai/Juni ab, deren Ausmaß sich in den Folgemonaten erhöhte. So ergab sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum für Januar bis Oktober 2010 eine Mehrproduktion von 1,3 %, die für

Abbildung 4. Veränderung der Milchproduktion* der wichtigsten Exportländer



* Die angegebenen Jahre weichen zum Teil von den Kalenderjahren ab (2010: Australien: Juli 2009 – Juni 2010, Neuseeland: Juni 2009 – Mai 2010).
Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von USDA-FAS (2010b), DAIRY AUSTRALIA (2010c), DCANZ (2010), EUROSTAT (2010)

den Zeitraum April bis Oktober 2010 bereits auf 2,4 % anstieg (EUROSTAT, 2010). Aufgrund der erneuten Quotenanhebung von 1 % in 2010/2011 und der nicht vollständig ausgenutzten Anhebungen der Vorjahre wird dies jedoch nicht zum Überschreiten der gesamten EU-Milchquote führen. Innerhalb der EU steigerten in Bezug auf den Zeitraum April bis Oktober 16 Länder ihre Produktion. Die von der Gesamtmenge bedeutendsten Steigerungen gehen hierbei von Frankreich (+4 %), Deutschland (+2,4 %), Irland (+9,8 %), den Niederlanden (+5,3 %) und dem Vereinigten Königreich (+3,9 %) aus. Auf der anderen Seite nahm die Produktion in 10 Ländern ab. Die wiederum von der Gesamtmenge bedeutendsten Rückgänge verzeichneten dabei Polen (-1,5 %) und Ungarn (-9,1 %) (ibid.).

Im Außenhandel konnte die EU im Jahr 2010 mit einem voraussichtlichen Anstieg der Exporte von 12,6 auf 14,4 Mio. t Milchäquivalent deutlich zulegen (ZMB, 2010). Dieser Exportzuwachs teilte sich jedoch sehr unterschiedlich auf die einzelnen Märkte auf (Tabelle 14 und 15). So konnte die EU in den ersten drei Quartalen hohe Steigerungen bei den Exporten von Käse und MMP erreichen und partizipierte damit am Wachstum dieser beiden Märkte. Anders stellt sich die Situation jedoch bei Butter und VMP dar. Seit einem starken Einbruch der Butterexporte Mitte 2007, der vermutlich einen nicht unbedeutenden Anteil an der Preishausse bei Butter hatte, stagnieren die EU-Butterexporte auf einem historisch niedrigen Niveau, das in den ersten drei Quartalen 2010 in etwa einem Weltmarktanteil von 21 % entsprach. Dem Einbruch der Butterexporte gingen die Luxemburger Beschlüsse im Jahr 2003 voraus, infolge derer die Interventionspreise für Butter in starkem Maße gesenkt wurden. Auf die aus diesem Grunde sinkenden Marktpreise für Butter folgten tendenziell eine sinkende Produktion von Butter sowie ein steigender Verbrauch. Da noch öffentliche Lagerbestände bestanden, schlug sich dies jedoch nicht unmittelbar und im gleichen Maße auf die Exporte nieder. Das relativ knappe Butterangebot der EU wird auch an den 2010 immer noch durchschnittlich 15 % höheren Butter-Exportpreisen der EU im Vergleich zu Ozeanien

Tabelle 14. Veränderung der Exportmengen der Top 7* Butter- und Käse-Exportländer

Butter-Exportländer	Markt-anteil	Veränderung der Exporte 2008	2009	2010**	Käse-Exportländer	Markt-anteil	Veränderung der Exporte 2008	2009	2010**
1 Neuseeland	48%	-10%	39%	-17%	1 EU-27	38%	-7%	4%	18%
2 EU-27	27%	-27%	-4%	-3%	2 Neuseeland	19%	-20%	17%	-4%
3 Australien	9%	-27%	76%	-38%	3 Australien	13%	-27%	3%	1%
4 USA	5%	113%	-67%	199%	4 USA	6%	32%	-18%	63%
5 Argentinien	2%	18%	-25%	-16%	5 Ukraine	5%	25%	-1%	6%
6 Uruguay	2%	-35%	84%	-53%	6 Schweiz	4%	3%	2%	2%
7 Kanada	1%	-89%	98%	226%	7 Argentinien	3%	-20%	33%	-12%
Gesamtmarkt		**-9**%	**12**%	**-10**%	**Gesamtmarkt**		**-8**%	**4**%	**11**%

* Der Marktanteil wurde nach der Exportmenge der Länder im Zeitraum 2005 bis 2009 bestimmt.
** Die Veränderung der Exporte im Jahr 2010 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2011)

Tabelle 15. Veränderung der Exportmengen der Top 7* MMP- und VMP-Exportländer

MMP-Exportländer	Markt-anteil	Veränderung der Exporte 2008	2009	2010**	VMP-Exportländer	Markt-anteil	Veränderung der Exporte 2008	2009	2010**
1 Neuseeland	27%	-14%	68%	-16%	1 Neuseeland	38%	-11%	35%	13%
2 USA	26%	51%	-37%	45%	2 EU-27	25%	32%	-5%	-6%
3 EU-27	16%	-12%	29%	86%	3 Argentinien	8%	2%	42%	-29%
4 Australien	14%	-6%	33%	-32%	4 Australien	8%	21%	-5%	-22%
5 Ukraine	4%	-24%	-38%	-60%	5 Singapur	2%	50%	-7%	9%
6 Indien	3%	38%	-65%	82%	6 Uruguay	2%	16%	38%	18%
7 Singapur	2%	-26%	-39%	-26%	7 Brasilien	2%	99%	-84%	-62%
Gesamtmarkt		**5**%	**8**%	**12**%	**Gesamtmarkt**		**12**%	**1**%	**1**%

* Der Marktanteil wurde nach der Exportmenge der Länder im Zeitraum 2005 bis 2009 bestimmt.
** Die Veränderung der Exporte im Jahr 2010 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale (bzw. zwei Quartale im Falle Indiens) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2011)

sichtbar. Solch große Unterschiede in den Exportpreisen sind erst seit 2007 zu beobachten. Bei VMP ist hingegen davon auszugehen, dass der Rückgang der EU-Exporte auf die – mit Ausnahme von China – rückläufigen weltweiten VMP-Importe zurückzuführen ist (Kapitel 3.1). So konnte der Rückgang im Handel mit den traditionellen Handelspartnern nicht mit höheren Exporten nach China kompensiert werden, unter anderem da zu den dortigen Importeuren etablierte Geschäftsbeziehungen und Netzwerke fehlen.

Für die USA zeigt Abbildung 4 nach einem leichten Einbruch im Vorjahr einen fast 1,8 %igen Anstieg der Milchproduktion in 2010, der knapp unter dem 5-jährigen Durchschnittswert (2005-2009) von 2,1 % liegt (USDA-FAS, 2011). Diese Steigerung mag zwar schon durch höhere Milchpreise stimuliert worden sein, dennoch kam sie zustande, obwohl das Milk-Feed Price Ratio[3] in den USA mit einem Wert von 2,27 im Jahr 2010 den – mit Ausnahme der Jahre 2008 und 2009 – niedrigsten Wert seit dem Vorliegen der Daten (1985) aufwies (GOULD, 2011). Ferner fand auch 2010 eine Runde des Abschlachtprogramms des privatwirtschaftlich organisierten „Cooperatives Working Together“ (CWT) statt, bei der jedoch mit 31 159 Tieren nur 16 % der im Vorjahr im Rahmen des Programms geschlachteten Tiere vom Markt genommen wurden. Dies entspricht in etwa einem Milchaufkommen von 265 Mio. kg; zum Vergleich: Der voraussichtliche Anstieg der US-Milchproduktion im Jahr 2010 beträgt 1 576 Mio. kg (CWT, 2011; USDA-FAS, 2010b). Zukünftig plant das CWT jedoch statt weiterer Abschlachtprogramme stärker auf das neu initiierte „Export Assistance Program“ zu fokussieren, in dessen Rahmen US-Exportunternehmen Hilfestellung beim Aufbau von Distributionsnetzwerken und Geschäftsbeziehungen erhalten (CWT, 2011). Dies ist durchaus als sinnvoll zu bezeichnen, da die USA a) in diesem Bereich ein Defizit aufweisen und b) der US-Milchpreis mit dem zunehmenden Ausbau der amerikanischen Position als Nettoexporteur von Milch und dem Verzicht auf Exportsubventionen noch stärker an die Weltmarktpreise gekoppelt sein wird. Aufgrund steigender Futterkosten erwarten USDA-FAS (2010b) bei unveränderten Milchpreisen einen Anstieg der US-Milchproduktion von 1 % im Jahr 2011.

Nachdem die US-Exporte von Butter, Käse, MMP und VMP unter anderem aufgrund staatlicher Aufkauf- und Interventionsprogramme sowie einer sinkenden Milchproduktion 2009 deutlich einbrachen, konnten in den ersten drei Quartalen 2010 wieder beträchtliche Steigerungen verbucht werden (Tabelle 14 und 15). Diese Steigerungen und der dahinterliegende Trend führen dazu, dass die Bedeutung der USA als Exportland erheblich zunimmt. So ergeben sich aus den Exporten der ersten drei Quartale 2010 Weltmarktanteile von 8 % bei Butter, 10 % bei Käse, 28 % bei MMP und 4 % bei VMP (GTIS, 2011). Obwohl auch die USA mit dem „Dairy Export Incentive Program“ (DEIP) über ein Programm zur Gewährung von Exporterstattungen verfügen, wurden im Jahr 2010 aufgrund der Marktsituation keine Zuschläge erteilt (USDA-FAS, 2010h).

Nach der Rekordsteigerung im Vorjahr konnte Neuseeland die Milchproduktion auch 2010 ausdehnen – wenn auch mit 2,6 % in einem geringeren Maße (Abbildung 4). Obwohl USDA-FAS (2010b: 3) berichten, dass Trockenheit in Neuseeland die Produktionssteigerung gebremst hat, entspricht diese Steigerung dem 10-jährigen Durchschnittswert (2000-2009). Trotz steigender Milchproduktion konnte Neuseeland jedoch lediglich die VMP-Exporte ausdehnen, deren Anstieg auf die chinesische Nachfragezunahme zurückzuführen ist. Bei Butter, Käse und MMP konnten hingegen die Vorjahresmengen nicht gehalten werden. Das bestätigt, dass die starken Exportzuwächse des Vorjahres auch auf den Abbau von Lagerbeständen zurückzuführen sind, die im Jahr 2010 nicht mehr zur Verfügung standen. USDA-FAS (2010b) prognostizieren für Neuseeland in 2011 eine Zunahme der Milchproduktion um 10 % auf einen Rekordwert von 18,6 Mrd. kg. Diese Steigerung soll unter anderem durch eine verbesserte Genetik und einen zunehmenden Bestand an Milchkühen möglich werden, zeichnet sich nach den bisher vorliegenden Daten jedoch noch nicht in dem Maße ab.

Australien verbuchte 2010 einen starken Rückgang der Milchproduktion, nachdem im Vorjahr erstmals seit 2005 wieder ein Wachstum zu verzeichnen war (Abbildung 4). Damit liegt die Milchproduktion mittlerweile 20 % unter dem Höchststand von 2002 und die Kuhzahl mit 1,6 Mio. und einer zunehmenden Abschmelzungsrate 26 % unter dem Höchststand von 2001 (DAIRY AUSTRALIA, 2010c). Entsprechend begründen USDA-FAS (2010a: 3) den jüngsten Rückgang der Milchproduktion auch mit einer geringeren Kuhzahl sowie einer erneuten Trockenheit. Ob Australien in absehbarer Zeit eine Trendwende schafft, ist unklar. Klar ist, dass Australiens Bedeutung auf den Weltmärkten schon jetzt schwindet und zunehmend

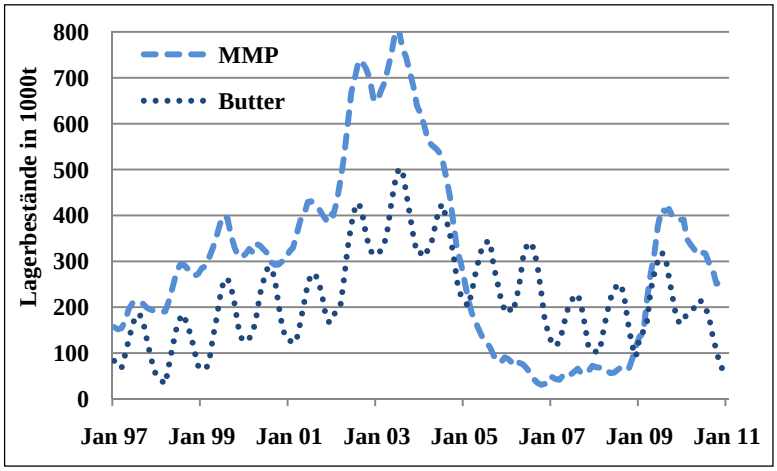
[3] Das Milk-Feed Price Ratio ist das Preisverhältnis zwischen einem Kilogramm Milch und einem Kilogramm Futter und ein Maßstab für die Profitabilität der Milchproduktion.

von den USA überholt wird. Zumindest für das Jahr 2011 prognostizieren USDA-FAS (2010b: 3) aufgrund idealer Produktionsbedingungen zu Beginn der Saison einen Zuwachs der Milchproduktion von 3 %. Im Außenhandel führte die rückläufige Milcherzeugung zu starken Exportrückgängen bei Butter, MMP und VMP (Tabelle 14 und 15), die im Zusammenhang mit den großen Exportzuwächsen des Vorjahres vermuten lassen, dass auch Australien 2009 Lagerbestände abbaute.

In Südamerika konnten zwar Argentinien und Brasilien 2010 einen Produktionszuwachs verzeichnen (Abbildung 4), diesem standen jedoch starke Steigerungen der inländischen Verbräuche gegenüber, sodass die Exporte beider Länder tendenziell rückläufig waren (Tabelle 14 und 15; DAIRY AUSTRALIA 2010a: 17). Demgegenüber stieg die Milchproduktion in Uruguay voraussichtlich im zweistelligen Bereich, was die Grundlage für einen Bedeutungsgewinn des Landes auf einigen Märkten darstellt. In Osteuropa ging in der Ukraine 2010 zum sechsten Mal in Folge die Produktion zurück. Damit hat die Ukraine nur noch auf dem Käsemarkt eine gewisse Bedeutung (DAIRY AUSTRALIA, 2010b).

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die insgesamt höhere Handelsmenge im Jahr 2010 auf Angebotsseite im Wesentlichen von den USA und der EU ausging, während Neuseeland und Australien sowie einige kleinere Exportländer Exportrückgänge verbuchen mussten. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die privaten Lagerbestände in Ozeanien hauptsächlich 2009 aufgelöst wurden, wohingegen im selben Jahr die USA und die EU öffentliche Lagerbestände aufbauten, die dann 2010 teilweise wieder abgebaut wurden.

Abbildung 5. Öffentliche und gemeldete Lagerbestände* der EU und USA



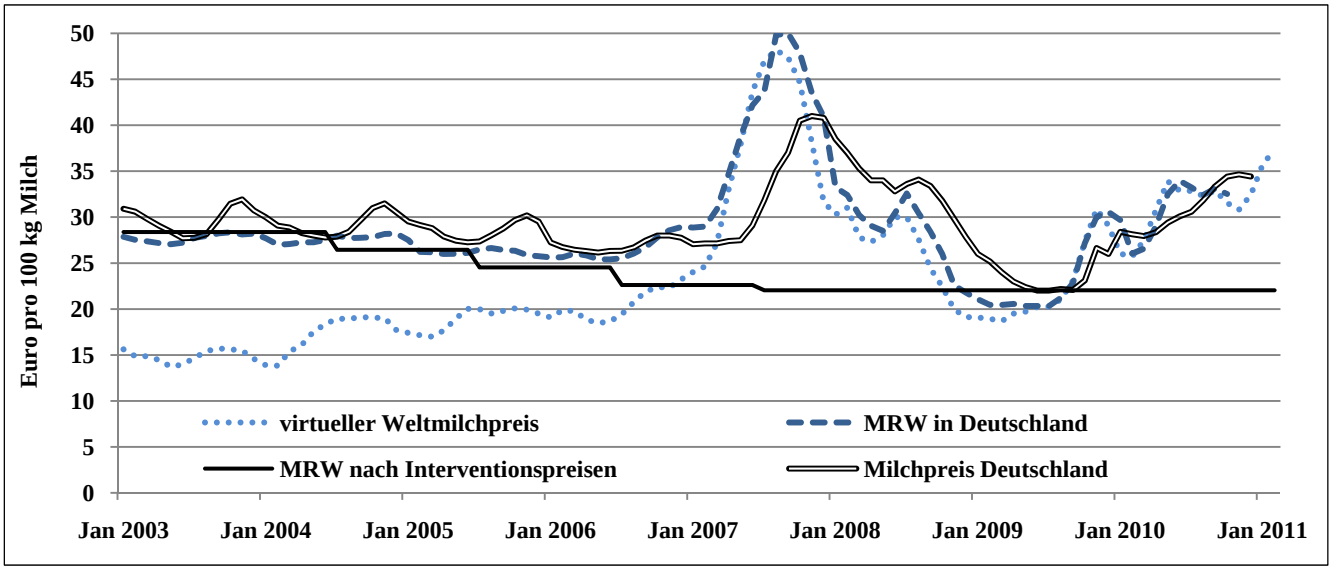
* Die abgebildeten Lagerbestände umfassen die öffentlichen und privaten Lagerbestände in den USA sowie die Interventionsbestände und Butterbestände mit privater Lagerbeihilfe in der EU.
Quelle: EUROSTAT (2010), GOULD (2011)

3.3 Entwicklung der Lagerbestände

Die öffentlichen und gemeldeten Lagerbestände der EU und USA erreichten im dritten Quartal 2009 ihren Höchststand (Abbildung 5). Ab Ende 2009 konnten die Bestände dann unter einem deutlich verbesserten preislichen Umfeld wieder abgebaut werden. Dies geschah 2010 jedoch zu einem Großteil über inländische Nahrungsmittelhilfsprogramme. Die dafür vorgesehenen Mengen beliefen sich auf 93 000 t MMP in den USA sowie 65 290 t MMP und 51 148 t Butter in der EU. In der EU erfolgte die Abgabe von darüber hinausgehenden Mengen über Ausschreibungen, bei denen über das gesamte Jahr 23 500 t Butter und 2 700 t MMP abgesetzt wurden (EU-KOMMISSION, 2010a). Damit der Abbau der Interventionspreise nicht zu Störungen auf den Binnen- und Weltmärkten führt, hat die Kommission im Rahmen der Ausschreibungen nur Zuschläge erteilt, wenn die Angebote nicht zu weit unter dem herrschenden Marktpreis lagen. Dass es mit diesem Verfahren tatsächlich zu keinen gravierenden „Störungen“ der Preise kam, ist anzunehmen. Kritisiert werden soll an dieser Stelle jedoch die Vorstellung der Kommission, dass es auf eine instabile Marktlage hindeutet, wenn potenzielle Käufer bei mitunter älterer Interventionsware einen Abschlag gegenüber dem Marktpreis fordern. Hier wären alternative Kriterien zu erwägen. Die bestehende Verfahrensweise könnte sogar dazu führen, dass die Lagerbestände keine für sie typische volatilitätsreduzierende Wirkung entfalten, da die Freigabe von Interventionsbeständen sehr intransparent geschieht.

Bis Ende 2010 waren nur noch bei MMP größere öffentliche Lagerbestände vorhanden, davon rund 195 000 t in europäischen Interventionslagern. Bei Butter verfügte ohnehin nur die EU über nennenswerte öffentliche Bestände, die zum größten Teil zu Beginn der zweiten Jahreshälfte 2010 abgebaut wurden. Daneben war in der EU auch während des gesamten Jahres eine im Vergleich zu den Vorjahren deutlich niedrigere (mit Beihilfen geförderte) private Lagerhaltung von Butter zu konstatieren. Ende 2010 sind damit die öffentlichen und gemeldeten Butterbestände er-

Abbildung 6. Entwicklung von MRW* und Milchpreis



* Der Milchrohstoffwert (MRW) setzt sich aus den Preisen für Butter und MMP (Fett- und Eiweißkomponente der Milch), abzüglich Verarbeitungskosten zusammen. Der MRW zu Exportpreisen Westeuropas wird folgend als „virtueller Weltmilchpreis" bezeichnet.
Quellen: USDA-AMS (2011), ZMB (2010), EU-KOMMISSION (2010c)

neut auf einem sehr niedrigen Niveau (Abbildung 5). Auch mit größeren privaten Beständen in Neuseeland oder Australien ist momentan nicht zu rechnen (was ebenfalls für MMP gilt).

Für 2011 plant die EU ein erneutes Nahrungsmittelhilfsprogramm, womit vor allem die MMP-Bestände einigermaßen marktneutral reduziert werden können. Eingeplant sind für das Programm 1 543 t Butter und 93 899 t MMP (EU-KOMMISSION, 2010b). Damit sind in der EU zwar grundsätzlich noch öffentliche MMP-Bestände für einen Abbau im Rahmen von Ausschreibungen vorhanden, die Kommission hat jedoch schon 2010 bewiesen, dass davon nur sehr vorsichtig Gebrauch gemacht wird.

3.4 Preisentwicklung

Abbildung 6 zeigt die Preisentwicklungen der letzten Jahre anhand des aus Butter und MMP abgeleiteten Milchrohstoffwertes. Nach dem Erreichen der Preissohle im ersten Quartal 2009 kam es bereits Ende 2009 wieder zu einem rasanten Anstieg der Weltmarktpreise, der Anfang November 2009 seinen Höhepunkt fand. Nachdem die Preise zu Beginn des Jahres 2010 etwas schwächer tendierten, pendelten sie sich in US Dollar zum zweiten (MMP) bzw. dritten Quartal 2010 auf das Ende 2009 erreichte Niveau ein. Aufgrund von starken Wechselkursschwankungen im vergangenen Jahr ergab sich auf Euro-Basis ein verändertes Bild. Dieses besteht neben einem etwas anderen Preisverlauf vor allem aus höheren Weltmarktpreisen in der zweiten Jahreshälfte 2010 im Vergleich mit Ende 2009. Dadurch, dass die Exporterstattungen der EU seit Ende 2009 ausgesetzt sind, sind die Weltmarktpreise ferner unmittelbar mit den europäischen Preisen für Milcherzeugnisse verbunden (Abbildung 6), auf deren Entwicklung wiederum mit ein- bis dreimonatiger Verspätung die europäischen Milchpreise reagieren.

Die Erholung der Weltmarktpreise zum zweiten Quartal 2010 war Folge der in Kapitel 3.1 und 3.2 beschriebenen Entwicklungen. So waren bei MMP und Butter vor allem die ozeanischen Exporte im zweiten und dritten Quartal ernüchternd und konnten vermutlich auch nicht mehr aus bestehenden Lagerbeständen gespeist werden. Dem standen eine steigende Nachfrage bei MMP und Käse sowie vermehrte chinesische VMP-Anfragen in Neuseeland gegenüber. Speziell auf dem Buttermarkt konnte die EU als großer Butterexporteur trotz des Abbaus der Butterbestände nicht wieder an die historischen Exportmengen anknüpfen. Ohnehin können die Preisentwicklungen des Jahres 2010 als Butterhausse bezeichnet werden, wohingegen 2007 eine MMP- und Butterhausse[4] vorlag. Dies wird klar, wenn die Weltmarktpreise im Durchschnitt der zweiten Jahreshälfte 2010 mit denen der Jahre 2005 und 2006 verglichen

[4] Von Butter und MMP wird hier stellvertretend für die Fett- und Eiweißkomponente (zzgl. Laktose) der Milch gesprochen.

werden. Erstere liegen bei MMP 17 % höher, bei Butter[5] dagegen 144 %. Die MMP-Inhaltsstoffe Eiweiß und Laktose machen jedoch einen deutlich größeren Teil der Rohmilch aus als Fett, sodass hohe Butterpreise nicht so stark auf den Milchpreis wirken wie hohe MMP-Preise.

Die Preisentwicklung bei Butter ist durch die in Kapitel 3.2 beschriebenen Entwicklungen beim EU-Buttermarkt getrieben sowie durch nicht-ausreichende ozeanische Angebotssteigerungen, um die rückläufigen EU-Butterexporte auszugleichen. Im Gegensatz dazu wurden die über einen längeren Zeitraum (2004-2006) rückläufigen EU-MMP-Exporte weitgehend durch Exportzuwächse der USA ausgeglichen. Kurzfristig kann der Butterpreis durchaus noch auf einem hohen Niveau bleiben, da sowohl Angebot als auch Lagerbestände begrenzt sind, mittelfristig dürfte ein Butterpreisniveau in der aktuellen Höhe jedoch unwahrscheinlich sein. Anders stellt sich die Situation bei MMP (stellvertretend für die Milchinhaltsstoffe Eiweiß und Laktose) dar. Die MMP-Preise des Jahres 2010 sind zwar über den historischen Marken, jedoch a) nicht in dem Maße wie bei Butter und b) scheinen sie trotz der hohen Lagerbestände bei MMP und ihres teilweisen Abbaus in 2010 relativ stabil.

Bei der allgemeinen zukünftigen Preisentwicklung bei Milcherzeugnissen ist grundsätzlich zwischen einer kurz- und mittelfristigen sowie einer langfristigen Sicht zu unterscheiden. Langfristig wird der Milchpreis (bzw. der Preis von Milcherzeugnissen) von den Produktionskosten – genauer: den Kosten des Grenzanbieters – bestimmt. Diese sind in den vergangenen Jahren aufgrund von steigenden Futterkosten weltweit gestiegen, sodass auch langfristig ein höherer gleichgewichtiger Milchpreis zu erwarten ist. Kurz- und mittelfristig kommen jedoch weitere Einflussfaktoren auf den Milchpreis hinzu. Neben zyklischen Preisbewegungen kommen eine Reihe zufälliger Einflussfaktoren, wie Wetterereignisse, Preisschwankungen bei Inputs und Substituten sowie Nachfrageschwankungen aufgrund von Krisen, hinzu, die speziell bei niedrigen Lagerbeständen ihre Wirkung entfalten. Vor diesem Hintergrund wird häufig die Sorge geäußert, dass die Preisvolatilität bei Milcherzeugnissen zunimmt. Dies ist zumindest für die europäischen Preise zu erwarten, da diese in der Vergangenheit politisch bestimmt waren. Die Frage ist jedoch, ob dies auch für die Weltmarktpreise gilt. Zufällige Ereignisse, die diese beeinflussten, gab es schon immer. Weiterhin ist durch den Verzicht auf Exporterstattungen in der EU und den USA sowie den Ausbau der amerikanischen Position als Nettoexporteur eine zunehmende Integration der Ländermärkte der für den Weltmarkt wichtigsten Exportländer zu konstatieren, was tendenziell zu einer Reduzierung der Volatilität führen dürfte. Andererseits könnten die im Vergleich mit den vergangenen Jahrzehnten niedrigen Lagerbestände sowie die starken Preisschwankungen bei anderen Agrarprodukten die Volatilität erhöhen. Die Frage der Volatilität der Weltmarktpreise ist also nicht eindeutig zu beantworten.

Der Marktausblick für das Jahr 2011 kann als verhalten positiv bezeichnet werden, dies beurteilt auch das USDA-FAS (2010b: 2) ähnlich. Zwar ist eine steigende oder sogar stark steigende Milchproduktion bei den größten vier Exportländern zu erwarten, aber die Nachfragesituation gestaltet sich trotz hoher Preise positiv. Lediglich bei der Fettkomponente der Milch gibt es Hinweise auf Ausweichreaktionen. Hinzu kommen die sinkenden Lagerbestände bei MMP und kaum noch vorhandene Lagerbestände bei Butter. Allerdings ist auch auf eine hohe Abhängigkeit des Marktausblicks von der weiteren Entwicklung in China zu verweisen. Kommt es zu der vom USDA-FAS (2010b: 2) prognostizierten Steigerung der chinesischen Importe und stellen sich gleichzeitig die weltweiten Nachfragesteigungen als robust heraus, so ist zu erwarten, dass die Preise stabil bleiben.

[5] Selbst im Vergleich mit dem vor den Luxemburger Beschlüssen geltenden Interventionspreis für Butter lag der Weltmarktpreis von Butter im Durchschnitt der zweiten Jahreshälfte 2010 15 % höher.

Literatur

AGRARHEUTE (2010): Vorwurf. ‚Faire Milch' ist gar nicht fair. In: http://www.agrarheute.com/?redid=336966. Abruf: 17.01.2011.

BACHL, T., W. ADLWARTH, A. CLAASSEN und D. DREISBACH (2010): Preisoptimierung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel von einer wettbewerbs- zur kundenorientierten Preisfindung. GfK (Gesellschaft für Konsumforschung), Nürnberg und SAP (Systeme, Anwendungen und Produkte in der Datenverarbeitung) Walldorf (Hrsg.).

BAHR, A. (2010): Management in Mitgliederbeziehungen in Molkereigenossenschaften. Eine empirische Studie zur Rolle des Ehrenamtes. Masterarbeit. Universität Göttingen.

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2010): Milchmarkt: Konzentration nimmt zu. Presseinformation vom 28.09.2010. Bonn.

BRISEÑO, C. und J. LUBBADEH (2010): Glaub dich gesund! In: Spiegel Online vom 12.02.2010, http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/0,1518,676956,00.html. Abruf: 22.12.2010.

BUNDESKARTELLAMT (2009a): Sektoruntersuchung Milch, Zwischenbericht Dezember 2009. Bonn.

– (2009b): Beschluss in dem Verwaltungsverfahren gemäß § 54 Abs. 1 Satz 1 GWB Humana Milchindustrie GmbH und Nordmilch AG.

BVERFG (Bundesverfassungsgericht) (2010): 1 BvR 1890/08 vom 8.9.2010, Absatz-Nr. (1 - 29). In: http://www.bverfg.de/entscheidungen/rk20100908_1bvr189008.html. Abruf: 12.01.2011.

CWT (Cooperatives Working Together) (2011): CWT-Website. In: http://www.cwt.coop. Abruf: 10.01.2011. Arlington, USA.

DAIRY AUSTRALIA (2010a): Dairy 2010: Situation and Outlook. Victoria, Australien.

– (2010b): Dairy 2010: Situation and Outlook – September 2010 Update. Victoria, Australien.

– (2010c): Australian Dairy Industry In Focus 2010. Victoria, Australien.

DBV (Deutscher Bauernverband e.V.) (2010): Handels-Analyse. In: http://www.bauernverband.de/index.php?redid=159925. Abruf: 22.12.2010. Berlin.

DCANZ (Dairy Companies Association of New Zealand) (2010): NZ Milk Production. In: http://www.dcanz.com/. Aktualisiert: 01.12.2010. Wellington, Neuseeland.

EFSA (European Food Safety Authority) (2010): Scientific Opinion on the substantiation of a health claim related to fermented milk containing Lactobacillus casei DN-114 001 plus yoghurt symbiosis (Actimel®), and reduction of Clostridium difficile toxins in the gut of patients receiving antibiotics and reduced risk of acute diarrhoea in patients receiving antibiotics pursuant to Article 14 of Regulation (EC) No 1924/2006. In: http://www.efsa.europa.eu/en/scdocs/doc/1903.pdf. Abruf: 12.01.2011.

EU-KOMMISSION (2010a): Quarterly Report on the Dairy Market – December 2010. Agrarrat. 13.-14. Dezember 2010. Brüssel.

– (2010b): Pressemitteilung: Die EU genehmigt 500 Mio. EUR für Nahrungsmittelhilfeprogramme 2011. Pressemitteilung IP/10/1284 vom 04.10.2010. Brüssel.

– (2010c): Communication & Information Resource Centre Administrator (CIRCA): Milk Management Committee Statistics. In: http://circa.europa.eu/. Aktualisiert: 27.12.2010. Abruf: 14.01.2011. Brüssel.

EUROSTAT (2010): EUROSTAT Database. In: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/. Abruf: 22.12.2010. Luxemburg.

FAHLBUSCH, M., A. BAHR, B. BRÜMMER und A. SPILLER (2010): Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse. In: German Journal of Agricultural Economics 59, Supplement, Die landwirtschaftlichen Märkte an der Jahreswende 2009/10: 45-61.

FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations) (2010): FAOSTAT Database. In: http://faostat.fao.org/. Abruf: 21.12.2010. Rom.

– (2011): International Commodity Prices. In: http://www.fao.org/. Abruf: 07.01.2011. Rom.

FTD (Financial Times Deutschland) (2010): Buko-Genossen locken deutsche Milchbauern. In: FTD.de vom 20.12.2010, http://www.ftd.de/unternehmen/handel-dienstleister/:molkerei-fusion-buko-genossen-locken-deutsche-milchbauern/50207563.html. Abruf: 14.01.2011.

GFK (Gesellschaft für Konsumforschung) (2010a): Consumer Index 12/2010. In: http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/consumerindex/ci_11-2010.pdf. Abruf: 10.01.2011.

– (2010b): Consumer Index 09/2010. In: http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/consumerindex/ci_09-2010.pdf. Abruf: 22.12.2010.

GORN, A. (2010): Quotenausnutzung erreicht 99,7 %. In: Die Milchwirtschaft 10/2010: 394-395.

GOULD, B.W. (2011): Dairy Data, Homepage of the Dairy Marketing and Risk Management Program. In: http://future.aae.wisc.edu/, Department of Agricultural and Applied Economics. Abruf: 06.01.2011. University of Wisconsin, USA.

GTIS (Global Trade Information Services) (2011): Global Trade Atlas. In: http://www.gtis.com. Abruf: 14.01.2011. Columbia, USA.

HANSA-MILCH (2010): Homepage von Hansano Weidemilch. In: http://www.hansa-milch.de/weidemilch/index.html. Abruf: 22.12.2010.

HELLBERG-BAHR, A., M. PFEUFFER, N. STEFFEN, A. SPILLER und B. BRÜMMER (2010): Preisbildungssysteme in der Milchwirtschaft – ein Überblick über die Supply Chain Milch. Diskussionspapier der Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Nr. 1006.

IFE (Informations- und Forschungszentrum der Ernährungswirtschaft e.V.) (2010): Warum die Trinkmilch 56 Cent kostet. In: milch-marketing.de 07/2010: 10.

LZ (Lebensmittelzeitung) (2007): Nordmilch sieht Chance. In: LZ | Net vom 28.06.2007.

– (2010a): Preispoker bei Milch geht weiter. In: Lebensmittelzeitung 62 (44) vom 05.11.2010.

– (2010b): Lizenzmarke Möwenpick entwickelt sich gut. In: LZ | Net vom 08.04.2010.

– (2010c): Top 100 Lieferanten 2010. In: Lebensmittelzeitung 62 (47) vom 26.11.2010.

– (2010d): Für Nordmilch/Humana ist Weg frei für Fusion. In: LZ | Net vom 28.09.2010.

– (2010e): Berglandmilch darf Tiroler Molkerei übernehmen. In: LZ | Net vom 21.09.2010.

– (2010f): Das bayerische Modell. In: LZ | Net vom 01.10.2010.

– (2010g): Faire Milch kommt in den Handel. In: LZ | Net vom 12.01.2010.

– (2010h): Zweifel an Fair-Konzept. In: LZ | Net vom 04.03.2010.

– (2010i): Landliebe mit mehr „ohne Gentechnik“. In: LZ | Net vom 10.06.2010.

– (2010j): Logo „ohne Gentechnik“ kommt. In: LZ | Net vom 23.03.2010.

– (2010k): Danone macht erneuten Rückzieher. In: LZ | Net vom 23.04.2010.

MEDIVENDIS (2009): Die Health-Claims-Verordnung – Zwischen Verzweiflung und Hoffnung. In: http://www.online-artikel.de/article/die-health-claims-verordnung-32796-1.html. Abruf: 12.01.2011.

MIV (Milchindustrieverband) (2010a): Spardose Deutschland. In: http://www.milchindustrie.de/de/teaser_2010/spardose-deutschland-2010-10-14. Abruf: 22.12.2010. Berlin.

– (2010b): Beilage zum Geschäftsbericht 2009/2010 Zahlen, Daten, Fakten. Milchindustrieverband e.V., Berlin.

– (2010c): Bedeutung der Discounter für Milch und Milchprodukte. In: http://www.milchindustrie.de/de/milch/nachfrage/bedeutung_discount_milchprod/. Abruf: 22.12.2010. Berlin.
– (2010d): Die größten Molkereien (D). In: http://www.milchindustrie.de/de/teaser_2008/top25-molkereien-umsatz-und-milchverarbeitung/. Abruf: 22.12.2010. Berlin.
MILCH-MARKETING (2010a): Premiumprodukte im Fokus. In: milch-marketing.de 12/2010: 7.
– (2010b): Beste Milchkampagne des Jahres. In: milch-marketing.de 12/2010: 11.
MÜLLER, M. (2007): Wann sind Lebensmittel wirklich gesund? In: Network-Karriere 06/2007: 19.
OVERSOHL, C. (2002): Gestaltung von leistungsorientierten Konditionensystemen in der Konsumgüterindustrie. Shaker Verlag, Aachen.
RABOBANK (2010): Global dairy Top-20. In: http://www.rabobank.com/content/images/Global%20top-20%20with%20comments%202010_tcm43-111242.pdf. Abruf: 22.12.2010.
RICHARTS, E. und H. THIELE (2010): Der Milchmarkt 2010: Rückblick. In: Die Milchwirtschaft 13/2010: 486-488.
STATISTISCHES BUNDESAMT (2010a): Verbraucherpreise November 2010: +1,5 % gegenüber November 2009. Pressemitteilung Nr.457 vom 09.12.2010. Wiesbaden.
– (2010b): Genesis-Online Datenbank: 41311-0001 Gehaltene Tiere: Deutschland, 1995-2010, Rinder 2 Jahre und älter, Milchkühe. In: https://www-genesis.destatis.de/genesis/online. Abruf: 22.12.2010. Wiesbaden.
– (2010c): Genesis-Online Datenbank: 41311-0003 Betriebe: Deutschland, 1995-2010, Rinder 2 Jahre und älter, Milchkühe. In: https://www-genesis.destatis.de/genesis/online. Abruf: 22.12.2010. Wiesbaden.
– (2010d): Milcherzeugung und -verwendung 2009. Wiesbaden.
STEFFENHAGEN, H. (1995). Konditionengestaltung zwischen Industrie und Handel. Überreuter, Wien, Österreich.
TRADE DIMENSIONS (o.J.): Die TOP 30 Food-Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels 2009. In: http://www.bio-markt.info/modules/images/public/show_image?open=http://www.bio-markt.info/easyCMS/FileManager/Bilder/Kurzmeldungen_2010/top_30_food_2009.gif&copyright=Trade%20Dimensions. Abruf: 22.12.2010.
UPLÄNDER BAUERNMOLKEREI (2010): Seit 5 Jahren faire Bio-Milch. In: http://www.bauernmolkerei.de/index.php?id=6277&=5058ff59dde642ce5d6a329837bc8857. Abruf: 22.12.2010.
– (2008): Upländer Bauernmolkerei. In: http://www.bauernmolkerei.de/index.php?id=5828&=2d1b6f49404105b0298cc6e4c5adfb4f. Abruf: 22.12.2010.
USDA-AMS (United States Department of Agriculture – Agricultural Marketing Service) (2011): International Dairy Market News Reports. Washington, USA.
USDA-ERS (United States Department of Agriculture – Economic Research Service) (2006): U.S. Dairy at a Global Crossroads. Economic Research Report Number 28. Autoren: Blayney, D., Gehlhar, M., Bolling, C.H., Jones, K., Langley, S., Normile, M.A. und A Somwaru, November 2006. Washington, USA.
USDA-FAS (United States Department of Agriculture – Foreign Agricultural Service) (2010a): Dairy: World Markets and Trade. Circular Series, FD 1-10, July 2010. Washington, USA.
– (2010b): Dairy: World Markets and Trade. Circular Series, FD 2-10, December 2010. Washington, USA.
– (2010c): Russian Federation: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number RS1066, 9.11.2010. Washington, USA.
– (2010d): Japan: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number JA0029, 15.10.2010. Washington, USA.
– (2010e): Mexico: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number MX0075, 18.10.2010. Washington, USA.
– (United States Department of Agriculture – Foreign Agricultural Service) (2010f): China – Peoples Republic of: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number CH10058, 22.10.2010. Washington, USA.
– (2010g): Algeria: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number AG1009, 20.10.2010. Washington, USA.
– (2010h): DEIP Press Releases. Washington, USA.
– (2011): Production, Supply and Distribution Online (PSD Online) Database. Washington, USA.
ZMB (Zentrale Milchmarkt Berichterstattung) (2010): ZMB-Jahrbuch Milch 2010. Berlin.
ZMP (Zentrale Markt- und Preisberichtstelle) (2008): ZMP Marktbilanz Milch. Bonn.

Kontaktautor:
PROF. DR. ACHIM SPILLER
Georg-August-Universität Göttingen
Dept. für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen
E-Mail: a.spiller@agr.uni-goettingen.de