



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.*

Variiert man das Beispiel und geht davon aus, daß bei einer Flächenstilllegung ein Teil der Flächen verpachtet werden muß, dann sinkt der hektarbezogene Vorteil. Das gleiche gilt, wenn Milchquoten vorhanden sind, die bei einer Betriebsstilllegung gegen Rente abgegeben und bei einer Flächenstilllegung mit Flächen verpachtet würden. In diesen Fällen steigt also der notwendige Umfang der maßgeblichen Fläche des Betriebes, ab dem die Flächenstilllegung vorteilhafter würde. Daraus folgt: Für die flächenärmeren Betriebe, für die ja die Produktionsaufgaberente im wesentlichen in Betracht kommt, ist diese in der Regel vorteilhafter als das Flächenstilllegungsprogramm. Dies gilt allerdings nicht bei größeren nichtlandwirtschaftlichen Erwerbseinkünften. Vergleicht man die Flächenstilllegung nicht mit der Betriebsstilllegung i. e. S., sondern mit der Verpachtung im Rahmen der Vorruhestandsregelung, dann schneidet die Flächenstilllegung im Falle kleinerer Betriebe noch ungünstiger ab.

4 Zusammenfassende Schlußbemerkungen

Die Produktionsaufgaberente stellt die teilnahmeberechtigten Landwirte vor eine Reihe von Entscheidungsalternativen. Für die Entscheidungsvorbereitung muß das Kalkulationsinstrumentarium entsprechend angepaßt werden. Neben Einkommens- und Liquiditätsaspekten müssen auch Vermögensdispositionen gebührend berücksichtigt werden. Ob eine Teilnahme an dem Programm zweckmäßig ist, kann nur nach gründlicher Analyse betriebsindividuell entschieden werden. In der großen Linie ist es nur eine Hilfe für Landwirte mit sehr geringen oder gar negativen Gewinnen sowie für solche in Liquiditätsschwierigkeiten wegen hoher Kapitaldienstverpflichtungen. Die relative Vorzüglichkeit der Entscheidungsalternativen im Falle einer Einstellung der landwirtschaftlichen Erwerbstätigkeit läßt sich grob durch folgende Kombinationsempfehlungen kennzeichnen: Soweit die Ablösung der Verbindlichkeiten nicht durch Inventarveräußerung (und u. U. die Milchrente) möglich ist, sollten Teilflächen verkauft werden. Flächen, die auf längere Sicht kaum verpachtbar sind, sollten wegen der jetzt

sehr günstigen Konditionen möglichst bald aufgeforstet werden. Im übrigen ist die Verpachtung der Flächen wie auch der Milchquoten meistens die bessere Alternative als die Stilllegung dieser beiden Produktionsfaktoren.

Bei dieser Sachlage ist davon auszugehen, daß die Vorruhestandsregelung eine Art neue Landabgaberente werden wird, d. h., sie wird sozial- und strukturpolitische Effekte zeitigen. Dagegen dürfte markt- und umweltpolitisch nicht viel zu erwarten sein.

Da die Verpachtung über mindestens 9 Jahre erfolgt, ist den aufnehmenden Landwirten zu empfehlen, Pachtpreisanpassungsklauseln in die Verträge einzubauen, die der Entwicklung der Ertragslage der Landwirtschaft Rechnung tragen. Dies kann am besten durch Orientierung der Pachtpreisanpassungen an der Reinertragsentwicklung vergleichbarer Betriebsgruppen aus Betriebsstatistiken sowie an der regionalen Entwicklung der Pachtpreise geschehen.

Bei neuen agrarpolitischen Regelungen treten erfahrungsgemäß verschiedene offene Fragen auf. Deshalb und wegen der Notwendigkeit einer gründlichen Vorbereitung der Entscheidungen ist den Landwirten und ihren Beratern anzuraten, nicht überstürzt zu entscheiden. Dazu besteht auch kein Anlaß, da bei Erfüllung der Voraussetzungen ein Rechtsanspruch auf die Produktionsaufgaberente besteht.

Microeconomic aspects of the new retirement programme

In West-Germany, the federal government introduced a new early retirement programme for farmers in the beginning of 1989. Farmers who are at least 58 years old can participate and they are offered a number of different options. These options are illustrated in the article, and a methodology to calculate the optimum strategy for participation is presented. Based on calculations for different farm situations, advantages and disadvantages of the options are discussed from a farmer's point of view.

Verfasser: Prof. Dr. Manfred K ö h n e , Institut für Agrarökonomie der Georg-August-Universität Göttingen, Platz der Göttinger Sieben 5, D-3400 Göttingen

Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch und Milcherzeugnisse in der EG-9

Analyse und Prognose unter besonderer Berücksichtigung der Aufhebung von Imitationsverboten

Ulrich Hamm und Andreas Müller

1 Problemstellung

Nach den Urteilen des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) in Luxemburg gegen nationale Einfuhr- und Vermarktungsverbote von verschiedenen Lebensmitteln (z. B. deutsches Bier, italienische Pasta, deutsche Wurst) steht nach Abschluß der mündlichen Verhandlung am 22. Februar zwar das Urteil über das deutsche Imitationsverbot für Milch und Milchprodukte noch aus; es ist jedoch davon auszugehen, daß der EuGH seiner bisherigen Linie der "Cassis-

de-Dijon"-Rechtsprechung folgen wird. Im Laufe der nächsten Wochen dürfte daher die Vermarktung von Imitaten auf dem deutschen Markt freigegeben werden. Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen der Wegfall des § 36 Milchgesetz auf die Nachfrage nach Milch und Milcherzeugnissen haben wird.

Da es bisher keine offiziellen Statistiken und nur spärliche Literaturhinweise über die in einzelnen EG-Ländern hergestellten und vertriebenen Imitationsprodukte gibt,

Hamm und Müller: Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch

wurden in 8 EG-Ländern Herstellern von Milchprodukten sowie kleineren Manufakturen durchgeföhrt. Die Informationen bildeten die Basis für die Erstellung von 1987 gültigen nationalen Milchimitationsrechnungen. In der Folge wurde eine Projektion der Aufhebung des Imitationsverbotes für die Jahre 1989 bis 1995 durchgeföhrt. Die Ergebnisse zeigen, daß die Aufhebung des Imitationsverbotes zu einer Erhöhung der Milchproduktion in den betroffenen Ländern führt. Dies ist vor allem auf die Erhöhung der Milchproduktion in den Ländern mit hoher Milchproduktion zurückzuführen. In den Ländern mit niedriger Milchproduktion wird die Produktion nur geringfügig ansteigen. Die Ergebnisse zeigen auch, daß die Aufhebung des Imitationsverbotes zu einer Erhöhung der Milchproduktion in den betroffenen Ländern führt. Dies ist vor allem auf die Erhöhung der Milchproduktion in den Ländern mit hoher Milchproduktion zurückzuführen. In den Ländern mit niedriger Milchproduktion wird die Produktion nur geringfügig ansteigen.

1. Überblick über Imitationsprodukte

Unter Imitationsprodukten werden die Produkte verstanden, die im Aussehen, Geschmack oder Wertung dem Originalprodukt ähneln, aber nicht als solche gekennzeichnet sind. Imitationsprodukte sind in der Regel in den folgenden Kategorien unterteilt: - Imitationsmilch, - Imitationsmilchpulver, - Imitationsmilchzucker, - Imitationsmilchcreme, - Imitationsmilchschokolade, - Imitationsmilchbonbons, - Imitationsmilchriegel, - Imitationsmilchkekse, - Imitationsmilchbrot, - Imitationsmilchsaure Sahne, - Imitationsmilchjoghurt, - Imitationsmilchkefir, - Imitationsmilchquark, - Imitationsmilchbeeren, - Imitationsmilchschokolade, - Imitationsmilchbonbons, - Imitationsmilchriegel, - Imitationsmilchkekse, - Imitationsmilchbrot, - Imitationsmilchsaure Sahne, - Imitationsmilchjoghurt, - Imitationsmilchkefir, - Imitationsmilchquark, - Imitationsmilchbeeren.

*) Ergebnisse von der Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch und Milcherzeugnisse in der EG im Falle einer Aufhebung des Imitationsverbotes, von E. Böcker und A. Tschirren.

**) Die Marktverhältnisse ändern sich relativ kurz, wenn sich neue Produkte einföhren lassen. Die Ergebnisse der Analyse sind daher nur eine grobe Orientierung. Die Ergebnisse der Analyse sind daher nur eine grobe Orientierung.

wurden in 8 EG-Ländern umfangreiche Befragungen bei Herstellern von Milchimitationsprodukten, verschiedenen Verbänden und Organisationen, Ministerien und Universitäten sowie kleinere Markt- und Preiserhebungen im Einzelhandel durchgeführt. Die so gewonnenen Daten und Informationen bildeten die Grundlage für eine Marktanalyse in den Mitgliedstaaten der EG-9. Aufbauend auf dieser Analyse wurden für die einzelnen EG-Länder mittelfristige Projektionen erstellt, wobei in Variante 1 die Beibehaltung der 1987 gültigen nationalen Rechtsvorschriften bezüglich der Milchimitationserzeugnisse unterstellt wurde. In Variante 2 wurde eine Projektion unter der Annahme einer EG-weiten Aufhebung des Imitationsverbotes erstellt. Als Projektionshorizont wurde für diesen Beitrag*1) - abweichend von der Langfassung - das Jahr 1992 (und nicht 1990) gewählt; das bedeutet, daß sich die Imitationserzeugnisse vier Jahre am Markt etablieren können*2). Die übrigen den Projektionen zugrundeliegenden Annahmen können im einzelnen der Langfassung (Böckenhoff et al.) entnommen werden. Im Prinzip handelt es sich um eine sogenannte status-quo-Projektion, in der keine wesentliche Änderung der bestehenden Preisrelationen (z. B. zwischen Fetten und Eiweiß pflanzlichen und tierischen Ursprungs) unterstellt wurde.

2 Überblick über Imitationserzeugnisse von Milch und Milchprodukten

Unter Imitationserzeugnissen von Milch bzw. Milchprodukten werden die Produkte verstanden, die von ihrer Aufmachung oder Werbung her mit Milch bzw. Milchprodukten verwechselt werden können und deren Zusammensetzung sich von der Zusammensetzung der letzteren Erzeugnisse insofern unterscheidet, als sie

- außer Milchbestandteilen auch milchfremde Fett- und/oder Eiweißbestandteile oder
- überhaupt keine oder höchstens geringe Mengen von Milchbestandteilen

enthalten. In der Praxis ergeben sich mit dieser an die EG-Verordnung (Rat der EG, 1987) angelehnten Definition einige Abgrenzungsprobleme. Margarine und Schmelzkäse wurden ausdrücklich nicht als Imitationserzeugnisse eingestuft, Tofu und Sojadrinks fallen jedoch unter diese Definition, obwohl diese rein auf Sojabasis hergestellten Produkte in Südostasien eine Jahrtausende alte Tradition haben. Bei den Kaffeeweißern, die ebenfalls zu den Imitaten gerechnet werden, ist sogar die Frage berechtigt, ob hier nicht die pulverförmigen Milchprodukte als Imitate betrachtet werden müssen angesichts der Tatsache, daß die Kaffeeweißere bereits früher auf dem Markt waren.

*1) Ergebnisse aus der Studie „Analyse und Prognose der Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch und Milcherzeugnisse in der EG im Falle einer Aufhebung des Verbots dieser Imitationsprodukte“, die von E. Böckenhoff, U. Hamm, A. Müller und A. Tschmarke im Auftrag für das BmELF fertiggestellt wurde.

*2) Die Markteinführungsphase dürfte bei Milchimitationserzeugnissen relativ kurz sein, weil viele Unternehmen der Molkerei- und Margarinebranche z. B. in der BR Deutschland und Frankreich schon vor Aufhebung des Imitationsverbotes fertige Marketingkonzepte erarbeitet hatten. Die Produktkonzeption und Produkttests waren größtenteils bereits abgeschlossen, da einige der künftigen Anbieter zu europa- bzw. weltweit agierenden Konzernen gehören, die zuvor bereits in zahlreichen Ländern Erfahrungen gesammelt hatten, und andere Unternehmen (insbes. Molkereien) bereits vorher ausländische Lizenzen für die Herstellung von Imitationserzeugnissen erworben hatten.

Übersicht 1: Milchprodukte und ihre Imitate

Milchprodukt	Imitationsprodukt	Hauptbestandteile
Butter, Milchhalb- fett	- Mischfetterzeugnisse	- pflanzliche Öle/Fette, Milchfett, Milchproteine
Käse (Quark)	- filled cheese	- Magermilch, pflanzliche Öle/Fette
	- cheese analogues	- Kaseinate, pflanzliche Öle/Fette
	- Tofu	- Sojabohnen, Wasser
Trinkmilch	- filled milk	- Magermilch, pflanzliche Öle
	- Sojamilch	- Sojabohnen, Wasser
Vollmilchpulver	- Milchpulverimitate (filled milk powder)	- Magermilchpulver, pflanzliche Fette
Kondensmilch	- Kondensmilchimitate (filled condensed milk)	- kondensierte Magermilch, pflanzliche Öle
	- pulverförmige	- Pflanzenfett, Zucker, Kaseinate
	- Kaffeeweißere (coffee whitener/creamer)	
Sahne	- Sahneimitate (flüssig)	- Pflanzenfett, Zucker, Kaseinate
	- Dessertschäume (pulverförmig)	
Joghurt	- Joghurtimitate	- Sojabohnen, Wasser, Zucker

Übersicht 1 enthält eine Zusammenstellung der wichtigsten Milchimitationsprodukte und deren Hauptbestandteile. Nur wenige Imitate wie z. B. Tofu und Sojamilch enthalten keine Milchbestandteile; sie werden entweder aus Sojabohnen oder aus deren in großtechnischen Anlagen gewonnenen Isolaten hergestellt. Die Mehrzahl der Milchimitationsprodukte enthält jedoch auch Milchbestandteile, wobei in der Regel nur das Milchfett partiell (bei Mischfetten) oder ganz (z. B. bei Trinkmilch-, Käse-, Kondensmilch- und Sahneimitaten) durch pflanzliche Öle und Fette (aus Sojabohnen, Sonnenblumenkernen und Kokosnüssen) ausgetauscht wird. Die Substitution der Milcheiweißkomponente durch pflanzliches Eiweiß scheint - beim gegenwärtigen Stand der Technik - wegen der speziellen funktionalen Eigenschaften des Milcheiweißes nicht möglich (vgl. Schmidt, 1987, S. 41). Bezüglich der Milcheiweißkomponente fällt auf, daß sehr häufig Kaseinate verwendet werden. Die Ursache hierfür ist der Preisvorteil der Kaseinate, der auf dem im Vergleich zu Magermilchpulver geringen Außenhandelsschutz für Kasein und Kaseinate bzw. auf der Beihilfengewährung der EG für die Kaseinherstellung beruht (vgl. Schmidt, 1987, S. 34 f. sowie Timm et al., 1983, S. 13 ff.).

3 Antriebskräfte für die Verbreitung von Milchimitationserzeugnissen

Den Hintergrund für die Nachfrage von Milchimitationserzeugnissen bildeten vor allem zwei Faktoren:

- In der EG besteht seit ihrer Gründung ein ungleichgewichtiger Außenhandelsschutz zwischen wichtigen Agrarprodukten, der im GATT festgeschrieben ist. Während für Milchfett und Magermilch ein hoher Außenhandelsschutz besteht, gibt es für den Bereich der Ölfrüchte und -saaten und die hieraus gewonnenen pflanzlichen Fette und Öle sowie Ölkuchen keinen bzw. nur einen vergleichsweise sehr

geringen Außenhandelsschutz. Die durch den Außenhandelsschutz der EG verzerrten Preisrelationen am Binnenmarkt der EG haben dazu geführt, daß u. a. im Milchbereich verstärkte Anstrengungen unternommen wurden, Milchfett und Magermilch durch billigere pflanzliche Rohstoffe bzw. Kaseinate zu substituieren (vgl. Hamm, 1983, S. 386 ff. und Schmidt, 1987, S. 34 f.).

— Eng damit verbunden waren auch Fortschritte in der Verarbeitungstechnologie, die die Synthese von neuen Nahrungsmitteln aus unterschiedlichen agrarischen Rohstoffen in großtechnischen Anlagen ermöglichten (vgl. Buchholz, 1987, S. 177).

Die Nachfrage nach Milchimitationserzeugnissen wird von einer Reihe von Faktoren bestimmt, die je nach Abnehmergruppe (Endverbraucher, Weiterverarbeiter und Handel) ein unterschiedliches Gewicht erlangen können; es empfiehlt sich daher eine nach Abnehmergruppen differenzierte Betrachtung der Bestimmungsgründe der Nachfrage:

3.1 Aus der Sicht von Privathaushalten

Der Preisanreiz, Milchimitationsprodukte anstelle von Milchprodukten zu verwenden, ist für Privathaushalte - angesichts der bisher verfolgten Preispolitik der Anbieter von Imitaten - bei den meisten Produkten und in den meisten Ländern relativ gering. Häufig werden die Imitate im Einzelhandel knapp unterhalb der Preise für echte Milchprodukte positioniert. Lediglich im Vereinigten Königreich, wo die Verbraucher noch verhältnismäßig preiselastisch Nahrungsmittel nachfragen und wo die Einführungsphase der Produkte (und damit die i. d. R. verfolgte Unternehmenspolitische Strategie einer zeitlichen Preisdifferenzierung) weitgehend abgeschlossen ist, beträgt der Preisvorteil der Imitate gegenüber echten Milchprodukten teilweise mehr als 20 %. Imitate auf Voll-Soja-Basis (Sojamilch, Sojajoghurt und Tofu) werden dagegen in allen EG-Ländern zu sehr viel höheren Preisen angeboten als die Milchprodukte.

Eine relativ große Bedeutung kommt den folgenden außerökonomischen Bestimmungsgründen der Nachfrage zu:

- a) **Gesundheitliche bzw. krankheitsbedingte Gründe**
Hierunter fallen die Bestrebungen einiger Konsumenten, ihren Verbrauch an tierischen Fetten und an tierischem Eiweiß zu begrenzen und gesättigte Fettsäuren durch mehrfach ungesättigte Fettsäuren zu ersetzen. Außerdem gehen viele Verbraucher (teilweise fälschlicherweise) davon aus, daß pflanzliche Produkte geringere Kaloriengehalte aufweisen als vergleichbare tierische Produkte. Zur Vermeidung von Krankheiten möchten bzw. müssen einige Verbraucher ihren Verzehr an cholesterin- und purinhaltigen Nahrungsmitteln einschränken. Konsumenten mit Milcheiweißallergien oder Laktoseintoleranz müssen dagegen auf Imitate auf Voll-Soja-Basis ausweichen.
- b) **Funktionale Eigenschaften von Imitaten**
Verschiedene Imitate weisen gegenüber echten Milchprodukten verwendungstechnische Vorteile auf wie z. B. eine längere Haltbarkeit, eine bessere Streichfähigkeit (Mischfette) oder eine höhere Schaumstabilität (Sahneimitate).
- c) **Geschmackliche Gründe**
Einige Produkte wie z. B. Tofu sind weitgehend geschmacksneutral und eignen sich von daher gut zur Beimischung zu

anderen Nahrungsmitteln. Bei anderen Produkten (vor allem bei Sojamilch und Sojajoghurt) fällt der Geschmack der Imitate deutlich gegenüber den echten Milchprodukten ab (vgl. Weindlmaier 1987, S. 334).

d) **Ethische und ethnische Gründe**
Milchprodukte werden von einigen Verbrauchern aus ethischen Gründen (Tierschutzaspekte, Vegetarier) abgelehnt. Von Südasiaten, die im Vereinigten Königreich und den Niederlanden einen nennenswerten Bevölkerungsanteil ausmachen, werden dagegen die in Südostasien traditionellen Nahrungsmittel Tofu und Sojamilch bevorzugt.

e) **Erweiterung des Speiseplans**
Milchimitationsprodukte werden von einigen Konsumenten auch aus Gründen der Abwechslung und einer vielseitigen Gestaltung des Speiseplans nachgefragt.

3.2 Aus der Sicht von Weiterverarbeitern

Für Weiterverarbeiter sind vor allem die Preis- und/oder verwendungstechnischen Vorteile von einigen Imitaten entscheidend für die Substitution von echten Milchprodukten durch Imitate. Der Preisvorteil von Imitaten kommt besonders bei den Verarbeitungserzeugnissen zum Tragen, bei denen die Endverbraucher keine geschmacklichen Unterschiede erkennen, ob die Erzeugnisse unter Verwendung von Milchimitaten oder von echten Milchprodukten hergestellt wurden. Dies trifft z. B. für einige im Gastronomie- und Kantinenbereich angebotene Imitate sowie für Käseimitate als Belag bei Tiefkühlkost zu. Verwendungstechnische Vorteile können eine gewichtige Rolle für den Einsatz von Imitaten spielen; neben den unter 3.1 angeführten Vorteilen ist hier auch die bessere Löslichkeit von Milchpulverimitaten zu nennen, die z. B. die Verwendung in Kaffeeautomaten eine entscheidende Bedeutung haben kann.

3.3 Aus der Sicht des Handels

Für den Handel sind in erster Linie die zu erwartenden Umsätze und Gewinne, die wiederum von der Höhe der Handelsspanne, der Umschlagsgeschwindigkeit und der Verderblichkeit der Produkte beeinflußt werden, entscheidend. Verglichen mit Milchprodukten weisen Imitate i. d. R. eine längere Haltbarkeit und eine niedrigere Umschlagsgeschwindigkeit auf. Als Ausgleich für die geringe Umschlagsgeschwindigkeit werden dem Lebensmittelhandel bei Aufnahme von Milchimitaten in das Sortiment von den Herstellern teilweise relativ hohe Handelsspannen eingeräumt. Zudem übernehmen einige Hersteller die Kosten für aufwendige Werbe- und Verkaufsförderungskampagnen.

4 Bisherige und künftige Verbrauchsentwicklung bei Imitationsprodukten

4.1 Mischfette

Mischfette können als Kombination der beiden konkurrierenden Streichfette Butter und Margarine betrachtet werden; ihre Fettkomponente besteht in der Regel sowohl aus Milchfett als auch aus pflanzlichen Fetten. Je nach Produkt und Hersteller bewegt sich der Milchfettanteil am Gesamtfettgehalt der vollfetten Mischfette (Butterimitate) zwischen 15 und 55 %, während er bei den fettreduzierten Erzeugnissen (Milchhalbfettimitate) zwischen 0 und 60 % beträgt (vgl. Milch-Marketing, 1986, S. 14 f.). Letztere wei-

Hamm und Müller: Nachfrage
sen zudem vergleichbar
nen auf.
Das Mischungsverhältnis
wird vorrangig von Sko
über der Anteil an Milc
Robstoffkosten für den H
zeitanteile verlieren die
ähnliche Geschmacksmer
pflanzlichen Ölen positiv
Gesundheitsumge, das
Streichfetten zuspähen
Mischfette auch in gek
weitere Convenience-Er
aufwendige Verpackung
zu nennen.
Die Preisgestaltung
scheidet sich von Land z
wunden Butterimitate An
die denen der billigsten B
um bis zu 10% unter den
waren die Preise auf über
sorten und unter dem
Inland wurden Buttermit
Buttersorten verkauft (vgl
Nach Wegfall der nation
Butter Anfang 1987 ein
stieg der Butterpreise um
rund 10% unter denen
Frankreich angebotenen
häufiger (s. hierunter) wu
Preisen wie gängige But
Die Butter- und Milch
Kühnregal des Einzelhan
ter- und Margarinevermit
reich waren im Frühjahr 1
EG-Bereichsschutzrech
die Aufmachung der Verp
ren daran gestaltet, daß
rufen wurden. In Fernan
des Marktführers Dairy
Aussage geworden: "The
like butter". Mit der Ve
schutzverordnung ist dem
der Imitate an das Ger
wird.
Der Verbrauch an voll
neht sich 1986 in der
Menge wurde ausschließ
Inland abgesetzt, von B
1985 von Melkerwaren
wurden. Der Absatz an M
halbfettimitate) belief sic
gend auf die transnatio
sowie die englischen "low
Für 1992 wird unter Be
tenden rechtlichen Rahm
Verbrauch von 81 000
116 000 t in letzterdrück
Bei einer EG-weiten Au
für Milchzeugnisse ist
einer Ausbeutung herbe
beimische und vollfette
von Butter und Margarin

sen zudem vergleichsweise höhere Gehalte an Milchproteinen auf.

Das Mischungsverhältnis von Milchfett und Pflanzenfett wird vorrangig von ökonomischen Faktoren bestimmt; je höher der Anteil an Pflanzenfett, desto niedriger sind die Rohstoffkosten für den Hersteller. Mit zunehmendem Pflanzenfettanteil verlieren die Mischfette allerdings ihre butterähnliche Geschmacksnuance. Bedingt durch ihren Gehalt an pflanzlichen Ölen profitieren die Imitate von dem positiven Gesundheitsimage, das viele Konsumenten pflanzlichen Streichfetten zusprechen. Im Gegensatz zu Butter sind Mischfette auch in gekühltem Zustand streichfähig. Als weitere Convenience-Eigenschaft von Mischfetten ist deren aufwendige Verpackung in wiederverschließbaren Behältern zu nennen.

Die Preisgestaltung bei den Streichfettimitaten unterscheidet sich von Land zu Land. Im Vereinigten Königreich wurden Butterimitate Anfang 1987 zu Preisen angeboten, die denen der billigsten Buttersorten entsprachen bzw. diese um bis zu 10 % unterschritten. Bei Milchhalbfettimitaten waren die Preise auf dem Niveau hochpreisiger Margarinesorten und unter denen für Butterimitate angesiedelt. In Irland wurden Butterimitate anfänglich teurer als gängige Buttersorten verkauft (vgl. *W e g e r i c h*, 1986, S. 20). Nach Wegfall der nationalen Verbrauchersubvention für Butter Anfang 1987 und dem damit verbundenen Anstieg der Butterpreise lagen die Preise für die Imitate um rund 10 % unter denen für irische Molkereibutter. Die in Frankreich angebotenen Milchhalbfettimitate ("spécialités laitières à tartiner") wurden Anfang 1987 zu etwa denselben Preisen wie gängige Buttersorten abgesetzt.

Die Butter- und Milchhalbfettimitate werden in den Kühlregalen des Einzelhandels zumeist zwischen dem Butter- und Margarinesortiment plaziert. Im Vereinigten Königreich waren im Frühjahr 1987 - also vor Verabschiedung der EG-Bezeichnungsschutzregelung - die Namensgebung und die Aufmachung der Verpackung vor allem bei Butterimitaten derart gestaltet, daß Assoziationen zu Butter hervorgehoben wurden. In Fernsehspots für das Produkt "Clover" des Marktführers Dairy Crest wurde sogar mit folgender Aussage geworben: "They can't call it that - but it tastes like butter!". Mit der Verabschiedung der Bezeichnungsschutzverordnung ist damit zu rechnen, daß die Anlehnung der Imitate an das positive Image von Butter erschwert wird.

Der Verbrauch an vollfetten Mischfetten (Butterimitate) belief sich 1986 in der EG-9 auf knapp 35 000 t. Diese Menge wurde ausschließlich im Vereinigten Königreich und Irland abgesetzt, wo Butterimitate erstmalig 1984 bzw. 1985 von Molkereiunternehmen auf den Markt gebracht wurden. Der Absatz an fettreduzierten Mischfetten (Milchhalbfettimitate) belief sich auf rund 51 000 t, die vorwiegend auf die französischen "spécialités laitières à tartiner" sowie die englischen "low fat spreads" entfielen.

Für 1992 wird unter Beibehaltung der 1987 gültigen nationalen rechtlichen Rahmenbedingungen in der EG-9 ein Verbrauch von 81 000 t an vollfetten Mischfetten und 116 000 t an fettreduzierten Imitaten erwartet.

Bei einer EG-weiten Aufhebung des Imitationsschutzes für Milcherzeugnisse ist damit zu rechnen, daß in den von einer Aufhebung betroffenen Ländern in kürzester Zeit heimische und ausländische Anbieter mit Imitaten auf die von Butter und Margarine beherrschten Streichfettmärkte

drängen werden. Unter veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen dürfte sich der Verbrauch in der EG-9 1992 bei den Butterimitaten auf über 200 000 t und bei Milchhalbfettimitaten auf rund 172 000 t belaufen. Die mengenmäßig größten Verbrauchsausweitungen gegenüber der Situation unter Beibehaltung des Imitationsschutzes werden auf dem deutschen und - wegen des bereits bestehenden Angebotes an Milchhalbfettimitaten - in vergleichsweise geringem Maße auf dem französischen Streichfettmarkt zu verzeichnen sein.

4.2 Käseimitate

Die Käseimitate lassen sich hinsichtlich ihrer Zusammensetzung in zwei Produktkategorien unterscheiden (vgl. *S u m e r e d e r - O e h e g*, 1985, S. 255);

- Produkte, die Milchbestandteile enthalten und
- Produkte, die ohne Verwendung von Milch hergestellt werden.

4.2.1 "Cheese analogues" und "filled cheese"

"Cheese analogues" und "filled cheese" sind Käseimitate, deren Fettkomponente aus pflanzlichen Ölen und Fetten besteht, wohingegen die Eiweißkomponente aus Milchbestandteilen stammt. Die größte Verbreitung haben bisher die seit Anfang der 80er Jahre in der Republik Irland und im Vereinigten Königreich produzierten "cheese analogues" erlangt, die aus pflanzlichen Ölen, Kaseinaten und diversen Zusatzstoffen zusammengesetzt sind. Durch Variation der Rezeptur und des Produktionsprozesses können ihre funktionellen Eigenschaften (z. B. Schmelzfähigkeit) derart verändert werden, daß sie den Anforderungen genügen, die der jeweilige Verwendungszweck erfordert (vgl. *S h a w*, 1984, S. 28). Die preisgünstiger als echter Käse angebotenen "cheese analogues" finden fast ausschließlich bei der Herstellung von zubereiteten Nahrungsmitteln (Pizza, Tiefkühlkost) in der Ernährungsindustrie und im Gemeinschaftsverpflegungsbereich Verwendung.

Bei "filled cheese" handelt es sich um einen Imitationskäse, der im Gegensatz zu den "cheese analogues" mit denselben Methoden wie echter Käse hergestellt und einem Reifeprozess unterworfen wird (vgl. *S h a w*, 1984, S. 28). Der aus Magermilch und pflanzlichen Ölen hergestellte "filled cheese" kommt hinsichtlich Geschmack, Aussehen und Konsistenz echtem Käse sehr nahe und eignet sich daher für dieselben Verwendungszwecke (z. B. Brotbelag). Anfang 1987 wurde lediglich im Vereinigten Königreich ein Käseimitat vom Typ "filled cheese" im Einzelhandel angebotenen. Dabei handelte es sich um ein in Schweden hergestelltes Erzeugnis, das als diätetisches Lebensmittel zu relativ hohen Preisen in Reformhäusern angeboten wurde.

In der EG-9 belief sich 1986 der Verbrauch an unter Verwendung von Milchbestandteilen hergestellten Käseimitaten auf rund 2 300 t. Diese Menge wurde vorwiegend an die britische Nahrungsmittelindustrie abgesetzt. Dort sollen Mitte der 80er Jahre rund 10 % des auf Pizzas verwendeten Käses durch "cheese analogues" ersetzt worden sein (vgl. *Dairy Industries International*, 1986). Vergleicht man den Verbrauch an Käseimitaten allerdings mit den gesamten im Vereinigten Königreich abgesetzten Mengen an Käse, so entspricht er weit weniger als 1 % desselben. Dies veranschaulicht, daß Befürchtungen, Käseimitate könnten bei einer Marktzulassung „in einem kurzen Zeitraum“ bis zu

10 % des Gesamtabsatzes an Käse verdrängen (vgl. Agra-Europe, 1985), als übertrieben zu betrachten sind.

Bei einer Beibehaltung des Imitationsschutzes wäre 1992 in der EG-9 mit einem Verbrauch an Käseimitaten in Höhe von 7 000 t zu rechnen. Bei einer allgemeinen Zulassung von Imitaten dürften 1992 unter der Annahme, daß Käseimitate in allen Mitgliedstaaten der EG zur Verfügung stehen, rund 16 000 t abgesetzt werden.

4.2.2 Tofu

In der Kategorie Käseimitate ohne jegliche Milchbestandteile ist lediglich der wegen seines Aussehens und seiner Konsistenz auch als „Sojakäse“ bzw. „Sojaquark“ bezeichnete Tofu zu nennen. Ausgangspunkt für dieses im asiatischen Raum seit Jahrtausenden bekannte eiweißreiche Grundnahrungsmittel sind Sojabohnen. Diese werden in Wasser eingeweicht, zerkleinert und einer Dampfbehandlung unterzogen. Das durch Abfiltrieren und Abpressen gewonnene Filtrat wird als „Sojamilch“ bezeichnet. Diese wird mit einem Koagulationsmittel versetzt, woraufhin das wasserlösliche Sojaiweiß gerinnt und ausflockt. Die ausgeflockte Masse wird anschließend in Formen gepreßt. Das so gewonnene Produkt hat eine quarkähnliche Konsistenz und ist nahezu geschmacksneutral. Tofu wird sowohl in rohem Zustand (teilweise in verschiedenen Geschmacksrichtungen) als auch in verarbeiteter Form angeboten. In Verarbeitungsprodukten findet Tofu hauptsächlich als Fleisch-, Wurst-, Fisch- und Eierersatz Verwendung (vgl. Sieber, 1986, S. 880). Infolgedessen wird Tofu derzeit noch überwiegend von Vegetariern nachgefragt. Eine Verwendung anstelle von Milchprodukten (Käse, Quark) ist wenig verbreitet. Tofu wird in allen Ländern der EG-9 überwiegend über Reformhäuser als diätetisches Lebensmittel vertrieben. Nur vereinzelt gehört Tofu auch zum Sortiment des allgemeinen Lebensmitteleinzelhandels.

1986 wurden in der EG-9 rund 5 000 t Tofu abgesetzt. Für 1992 wird mit einem Absatz von ca. 12 500 t gerechnet. Von einer Aufhebung des Imitationsverbotes dürften keine nennenswerten Impulse auf den Tofuabsatz ausgehen, da Tofu bereits in allen EG-Ländern angeboten wird.

4.3 Konsummilchimitate

Bei den Konsummilchimitaten lassen sich wiederum Produkte, die Milchbestandteile enthalten ("filled milk"), und Produkte ohne jegliche Milchbestandteile unterscheiden.

4.3.1 "Filled milk"

Unter "filled milk" versteht man Konsummilchimitate, die aus mit pflanzlichen Ölen angereicherter Magermilch hergestellt werden. Durch die Verwendung pflanzlicher Öle weist "filled milk" gegenüber Trinkmilch einen höheren Gehalt an ungesättigten Fettsäuren sowie einen niedrigeren Cholesteringehalt auf. Im Vereinigten Königreich wird "filled milk" im Einzelhandel für die Zielgruppe der kalorien- und gesundheitsbewußten Verbraucher angeboten, wobei die Produkte etwas teurer als Vollmilch verkauft werden. Daneben sind vereinzelt im Gemeinschaftsverpflegungsbereich als Tee- und Kaffeeweißer konzipierte Produkte anzutreffen.

Der Verbrauch an "filled milk" belief sich 1986 in der EG-9 auf schätzungsweise 500 t, die ausschließlich im Vereinigten Königreich abgesetzt wurden. 1992 dürften voraussichtlich ca. 1 200 t "filled milk" verbraucht werden. Von einer EG-weiten Aufhebung des Imitationsverbotes werden keine größeren Impulse auf den Absatz des Imitates erwartet, da einerseits der ökonomische Anreiz, die Milchfettkomponente zu substituieren, wegen des niedrigen Fettgehaltes gering ist, und andererseits geschmackliche Mängel kein nennenswertes Marktpotential versprechen.

4.3.2 Sojamilch

Die als Trinkmilchimitation betrachtete Sojamilch enthält als rein pflanzliches Produkt keinerlei Milchbestandteile. Grundstoff für die Herstellung von Sojamilch sind in der Regel Sojabohnen. Wenige Hersteller verwenden anstelle dieses Rohstoffes auch Sojamehl, Sojakonzentrate oder -isolate. Der Herstellungsprozeß bei der Verwendung von Sojabohnen entspricht dem bei Tofu beschriebenen Vorgang (vgl. 4.2.2). Die so gewonnene Sojamilch wird entweder pur oder wie Milchlischgetränke in verschiedenen Geschmacksrichtungen angeboten. Während das pure Getränk einen mehligem, bohnenartigen Geschmack aufweist, ähnelt der Geschmack aromatisierter Sojamilch eher dem von Milchlischgetränken, weil der bohnenartige Geschmack durch Aromastoffe und Zucker weitgehend überdeckt wird.

Als Produkt rein pflanzlicher Herkunft ist Sojamilch nahezu cholesterinfrei und frei von Milchbestandteilen wie Laktose. Infolge dieser Eigenschaften wird Sojamilch bereits seit mehreren Jahren im Bereich der gesamten EG-9 in Reformhäusern als diätetisches Lebensmittel vertrieben. Während ursprünglich nur Verbraucher angesprochen wurden, die aus gesundheitlichen Gründen auf den Konsum von Kuhmilch verzichten müssen, bemühen sich die Hersteller in jüngster Zeit verstärkt, breitere Konsumentenschichten zu erschließen. Demzufolge erfolgt der Vertrieb heute nicht nur über Reformhäuser, sondern auch über den allgemeinen Lebensmitteleinzelhandel. Den höchsten Distributionsgrad hat Sojamilch im Vereinigten Königreich erreicht, wo bereits ein namhaftes Molkereiunternehmen seine Produktpalette um Sojamilchgetränke erweitert hat.

In den Reformhäusern kostet Sojamilch häufig noch ein Mehrfaches als eine vergleichbare Menge Vollmilch. In Supermärkten wird das Getränk zwar zu deutlich niedrigeren Preisen als in Reformhäusern, aber immer noch teurer als Trinkmilch angeboten; auf dem am weitesten erschlossenen Sojamilchmarkt im Vereinigten Königreich wurde im Frühjahr 1987 die preisgünstigste Sojamilch um ca. 30 % teurer als Vollmilch angeboten.

Der Gesamtverbrauch an Sojamilch belief sich 1986 in der EG-9 auf rund 16 000 t. In den kommenden Jahren ist noch mit erheblichen Absatzausweitungen bei Sojamilch zu rechnen, so daß sich 1992 der Verbrauch in der EG-9 auf über 28 500 t belaufen dürfte. Eine EG-weite Aufhebung des Imitationsschutzes wird den Sojamilchmarkt nicht beeinflussen, da dieses Produkt bereits heute in allen Mitgliedsstaaten der EG-9 vermarktet wird.

4.4 Milchpulverimitate

Milchpulver wird fast ausschließlich durch sogenanntes "filled milk powder" imitiert. Dieses aus den Hauptbe-

Hamm und Müller: Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch

standteilen Magermilch
Zuckerstoffen hergestellt
licher Zusammensetzung
Käse und in Südmilch

Aufgrund rechtlicher
imitate haben nur im
vermarktet. In den pro
dichte hauptsächlich ab
frische Milch vorrang
sind dort der Getreide
die Verwendung in be
deutende Einsatzberei
verfügbare. Dort find
teilung von Speise und
pulver und frischer Milch

Gegenüber...
imitate durch eine be
liegt in Wasser sowie
Geschmacksbeeinträcht
stofflöslich kann das
milchpulver angebot
Milch ist die aus
"Milch" um nahezu die

1986 wurden in der
abgesetzt. Unter Be
dürften sich bis 1992
schätzungsweise 500
Vereinigten Königreich
befinden. Bei einer EG-
Imitationsverbote ist
Verbrauch von rund 31

4.5 Kaffeeweißer
Tafel

Der Begriff "Kaffee
für Kondensmilch, Kaff
ähnliche Produkte verwe
schmackliche Verfeiner
von Kaffee und Tee
Begriff jedoch nur pul
Kaffee, Kaffee, Kaffee

4.5.1 Pulverförmige Kaff
Pulverförmige Kaffee
milchbestandteilen
werden mit Ausnahme
staaten der EG-9 verma
pflanzlichen Fetten, Gluk
daher cholesterinarm
zung dieser Produkte w
wägen, sondern haupt
fordern lassen bestimm
Hitzestabilität bezie
zeit genannt (vgl. Hie

In den privaten Han
tieren die Kaffeeverwe
Nahrung erfolgt über lang
Kaffeezusammensetzung
besteht im Gemeinschaft
fränkischen Staaten. Dort
den der längeren Haltun

standteilen Magermilchpulver, pflanzlichen Fetten und Zuckerstoffen hergestellte Milchpulverimitate findet in ähnlicher Zusammensetzung auch in Milchaustauschern für Kälber und in Säuglingsnahrung Verwendung.

Aufgrund rechtlicher Vorschriften werden Milchpulverimitate bisher nur im Vereinigten Königreich und Irland vermarktet. In den privaten Haushalten werden diese Produkte hauptsächlich als jederzeit verfügbarer Ersatz für frische Milch vorrätig gehalten. Hauptverwendungszweck sind dort der Gebrauch als Tee- und Kaffeeweißer sowie die Verwendung in bestimmten Desserts. Der weitaus bedeutendste Einsatzbereich ist jedoch in der Gemeinschaftsverpflegung. Dort findet "filled milk powder" bei der Zubereitung von Speisen und Getränken anstelle von Vollmilchpulver und frischer Milch Verwendung.

Gegenüber Vollmilchpulver zeichnen sich Milchpulverimitate durch eine bessere Löslichkeit und Dispersionsfähigkeit in Wasser sowie durch eine längere Haltbarkeit ohne Geschmacksbeeinträchtigung aus. Aufgrund niedrigerer Rohstoffkosten kann das Imitationsprodukt billiger als Vollmilchpulver angeboten werden. Im Vergleich zu frischer Milch ist die aus Milchpulverimitaten rekonstituierte „Milch“ um nahezu die Hälfte billiger.

1986 wurden in der EG-9 ca. 17 500 t Milchpulverimitate abgesetzt. Unter Beibehaltung des Imitationsschutzes dürften sich bis 1992 keine nennenswerten Nachfrageverschiebungen ergeben, da sich die relevanten Märkte im Vereinigten Königreich und Irland in der Sättigungsphase befinden. Bei einer EG-weiten Aufhebung der nationalen Imitationsverbote ist im Jahre 1992 in der EG-9 mit einem Verbrauch von rund 31 000 t zu rechnen.

4.5 Kaffeeweißer / Kondensmilchimitate

Der Begriff „Kaffeeweißer“ wird häufig als Oberbegriff für Kondensmilch, Kaffeesahne, Milchpulvererzeugnisse und ähnliche Produkte verwendet. Die Produkte dienen der geschmacklichen Verfeinerung und der besseren Bekömmlichkeit von Kaffee und Tee. Im folgenden sollen unter diesem Begriff jedoch nur pulverförmige Kondensmilchsubstitute (coffee whitener, coffee creamer) verstanden werden.

4.5.1 Pulverförmige Kaffeeweißer

Pulverförmige Kaffeeweißer haben unter den Kondensmilchsubstituten bislang die größte Bedeutung erlangt. Sie werden mit Ausnahme von Frankreich in allen Mitgliedstaaten der EG-9 vermarktet. Sie bestehen in der Regel aus pflanzlichen Fetten, Glukosesirup und Kaseinaten und sind daher cholesterinarm und laktosefrei. Die Zusammensetzung dieser Produkte wird jedoch nicht von diätetischen Erwägungen, sondern hauptsächlich von technologischen Erfordernissen bestimmt. Als Produktvorteile werden die Hitzebeständigkeit beim Auflösen und die lange Haltbarkeit genannt (vgl. Hierso, 1986, S. 17).

In den privaten Haushalten und am Arbeitsplatz substituieren die Kaffeeweißer, wegen ihrer problemlosen Handhabung infolge ihrer langen Haltbarkeit Kondensmilch und Kaffeesahnerzeugnisse. Ein weiterer bedeutender Markt besteht im Gemeinschaftsverpflegungsbereich und in Getränkeautomaten. Dort werden die Kaffeeweißer aus Gründen der längeren Haltbarkeit und wegen ihres gegenüber

Milchpulvererzeugnissen deutlich besseren Löslichkeitsverhaltens in Flüssigkeiten verwendet.

Der Verbrauch an pulverförmigen Kaffeeweißern belief sich 1986 in der EG-9 auf über 18 000 t. Bis 1992 ist bei einer Beibehaltung des Imitationsschutzes mit keinen nennenswerten Nachfrageänderungen zu rechnen, da der Markt für diese Produkte insgesamt stagniert. Eine Aufhebung der nationalen milchrechtlichen Schutzvorschriften wird den Absatz an pulverförmigen Kaffeeweißern insofern beeinträchtigen, als geringe Mengen - infolge der Verfügbarkeit flüssiger Kondensmilchimitate - durch diese substituiert werden dürften.

4.5.2 Kondensmilchimitate

Flüssige Kondensmilchimitate werden in den Beneluxstaaten seit Anfang der 70er Jahre angeboten. Sie werden aus kondensierter Magermilch und pflanzlichen Fetten hergestellt (vgl. Worp und Flierman, 1985, S. 133). Die Hersteller der Imitate vermarkten diese - unter Hinweis auf ihre pflanzliche Fettkomponente - mit dem Image eines aus ernährungsphysiologischer Sicht positiv zu bewertenden Produktes. Preislich bieten die Imitate gegenüber Kondensmilch keine nennenswerten Vorteile.

1986 wurden in der EG-9 - fast ausschließlich in den Niederlanden - über 11 000 t Kondensmilchimitate abgesetzt. Ohne Veränderungen bei den rechtlichen Rahmenbedingungen dürfte sich der Absatz der Produkte 1992 auf über 14 000 t belaufen. Bei Aufhebung der nationalen Imitationsverbote ist mit einem Verbrauch in Höhe von über 24 000 t zu rechnen, wobei der größte Teil des Mehrverbrauchs gegenüber der Situation unter Beibehaltung des Imitationsschutzes auf den deutschen Markt entfallen wird.

4.6 Sahneimitate

Bei den Sahneimitaten lassen sich sowohl flüssige als auch pulverförmige Produkte unterscheiden. Während die flüssigen Produkte flüssige Sahne imitieren, läßt sich aus den pulverförmigen Produkten durch Aufschlagen ein Schlagsahneimitat (whipped topping) herstellen.

Die Imitate bestehen im allgemeinen aus einer Fett-, Zucker- und Eiweißkomponente und verschiedenen Nahrungsmitteladditiven. Als Fettkomponente dienen pflanzliche Öle und Fette; einige Produkte enthalten auch Milchfett in nicht deklarierter Menge. Als Eiweißkomponente werden vorwiegend Kaseinate herangezogen, während in höherwertigen Produkten Mager- oder Buttermilch (bzw. -pulver) Verwendung finden. Produkte, die keine laktosehaltigen Komponenten enthalten, werden mit Saccharose oder Glukosesirup angereichert.

Gegenüber echter Sahne weisen die Imitate folgende Vorteile auf (vgl. Fox, 1980, S. 31):

- eine längere Haltbarkeit;
- Verfügbarkeit in flüssigem und pulverförmigem Zustand sowie
- bessere Verarbeitungseigenschaften (Konsistenz, Stabilität, Volumen).

Während diese Produkteigenschaften vornehmlich für Verwender in der Gemeinschaftsverpflegung und in Back-

warenindustrie und -handwerk interessant sind, sprechen einige neuere Produkte mit einem gegenüber vergleichbaren Sahnekategorien reduziertem Fettgehalt vor allem Endverbraucher an. Die Sahneimitate werden in der Regel ca. 20 % billiger als echte Sahne angeboten.

Pulverförmige Sahneimitate werden mit Ausnahme Frankreichs in allen Mitgliedstaaten der EG-9 vertrieben. Flüssige Produkte werden im Vereinigten Königreich sowohl für den gewerblichen Bereich als auch für Privathaushalte angeboten. In Dänemark und Italien darf nur der gewerbliche Sektor beliefert werden.

Der Verbrauch an pulverförmigen Sahneimitaten belief sich 1986 in der EG-9 auf knapp 3 000 t. Für 1992 wird unabhängig von einer Beibehaltung bzw. Aufhebung des Imitationsverbotes mit einem Verbrauchsrückgang auf 2 800 t gerechnet. Bei den flüssigen Sahneimitaten war 1986 ein Verbrauch von über 11 000 t zu verzeichnen, der vorwiegend auf das Vereinigte Königreich entfiel. Bei einer Beibehaltung der nationalen Imitationsverbote würde sich der Absatz an flüssigen Sahneimitaten in der EG-9 voraussichtlich auf 19 000 t im Jahre 1992 erhöhen. Bei einer EG-weiten Aufhebung des Imitationsschutzes dürfte sich der Absatz durch die Verbrauchssteigerung infolge der Vermarktung in anderen Ländern auf über 30 000 t im Jahre 1992 belaufen. Die Sahneimitate zählen damit neben den Mischfetten und Milchpulverimitaten zu den hinsichtlich der Verdrängung von Milchprodukten - bedeutendsten Imitaten.

4.7 Joghurtimitate

Joghurtimitate sind in der EG bislang nur in Großbritannien bekannt. Die Imitationsprodukte werden durch Fermentation spezieller Bakterienstämme aus Sojamilch hergestellt und enthalten folglich keine Milchbestandteile. In geschmacklicher Hinsicht unterscheiden sie sich deutlich von echtem Joghurt. Die Preise für die hauptsächlich über Reformhäuser vertriebenen Imitate liegen wesentlich höher als diejenigen von echtem Joghurt.

1986 war in der EG-9 kein nennenswerter Verbrauch an Joghurtimitaten zu verzeichnen. Für 1992 wird mit einem Absatz von maximal 300 t gerechnet, der sich bei einer Aufhebung der nationalen Imitationsverbote auf 600 t verdoppelt dürfte, dann aber immer noch keinen nennenswerten Marktanteil zu verzeichnen hat.

5 Auswirkungen des Verbrauchs von Milchimitationserzeugnissen auf die Nachfrage nach Milchprodukten

Übersicht 2 gibt einen zusammenfassenden Überblick über den Verbrauch von Milchimitationserzeugnissen in der EG-9. 1986 hatte in der EG-9 insbesondere der Verbrauch von Mischfetten, aber auch der von Kaffeeweißern, Milchpulver- und Sahneimitaten sowie von Sojamilch eine größere Bedeutung erlangt. Für 1992 wäre bei einer Aufrechterhaltung der nationalen rechtlichen Rahmenbedingungen von 1987 (Variante I) mit einem 2,3fach so hohen Verbrauch an Mischfetten und hohen Verbrauchssteigerungen bei Käse- und Konsummilchimitaten zu rechnen. Die EG-weite Aufhebung des Imitationsverbotes (Variante II) dürfte in der EG-9 bis 1992 zu wesentlich höheren Verbrauchszuwächsen bei Mischfetten, Milchpulverimitaten sowie bei flüssigen Sahneimitaten und Kaffeeweißern führen. Dagegen dürften die geschmacklich wenig akzeptablen Joghurt-

Übersicht 2: Verbrauch an Imitationen von Milch und Milcherzeugnissen in der EG-9 (in 1 000 t Produktgewicht)

Produkt	1986	1992 Variante	
		I	II
Mischfette - vollfette	34,8	81,2	201,2
- fettreduzierte	51,0	116,3	172,3
Käseimitate	2,3	7,1	16,0
Tofu	5,0	12,5	12,5
Konsummilchimitate - Sojamilch	16,0	28,6	28,6
- Filled Milk	0,5	1,2	1,2
Milchpulverimitate	17,5	17,5	31,1
Kaffeeweißer - pulverförmige	18,2	18,1	17,9
- flüssige	11,2	14,4	24,4
Sahneimitate - pulverförmige	3,0	2,8	2,8
- flüssige	11,3	19,0	30,5
Joghurtimitate	0,0	0,3	0,6

Variante I: Weiter Beibehaltung der 1987 gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen. - Variante II: Bei EG-weiter Aufhebung des Imitationsverbotes.

imitate und Filled Milk auch unter diesen Rahmenbedingungen keine nennenswerte Bedeutung erlangen.

Um die von den Milchimitationserzeugnissen ausgehenden Wirkungen auf den Absatz von Milch und Milcherzeugnissen quantifizieren zu können, ist es erforderlich, die Substitutionsbeziehungen zwischen Imitationsprodukten und Milchprodukten zu schätzen. Eine vollständige (100 %) Substitution darf aus folgenden Gründen nicht grundsätzlich unterstellt werden:

- In Mischfetterzeugnissen sind die Eigenschaften der beiden konkurrierenden Streichfette, Butter und Margarine, kombiniert. Ein steigender Verbrauch von Mischfetten dürfte sich daher sowohl zu Lasten des Butter- als auch des Margarineverbrauchs auswirken. Für die vollfetten Mischfette wurden daher für die einzelnen EG-Länder Substitutionsfaktoren zwischen 0,5 (Niederlande) und 0,8 (Vereinigtes Königreich und Irland) angenommen*3). Für die fettreduzierten Mischfette wurde für die Niederlande und Großbritannien ein Substitutionsfaktor von 0,4 und für die übrigen EG-Länder von 0,6 angesetzt, wobei hier die Milchhalbfette der Bezugspunkt sind.

- Der als Milchsubstitut betrachtete Tofu wird in der Praxis fast ausschließlich als Substitut für Fleisch, Wurst und Eier verwendet, dagegen nur relativ selten als Käse- oder Quarkersatz; ein Substitutionsfaktor von 0,01 scheint von daher gerechtfertigt.

- Die Milchimitationsprodukte Sojamilch und Sojajoghurt werden heute und in der überschaubaren Zukunft vorwiegend von Verbrauchergruppen nachgefragt, die aus gesundheitlichen, ethischen oder ethnischen Gründen den Verzehr von Milchprodukten meiden müssen oder wollen; dem wird mit Substitutionsfaktoren zwischen 0,1 (Sojajoghurt) und 0,5 (Sojamilch im Vereinigten Königreich) Rechnung getragen.

- Für die übrigen Imitate wurden Substitutionsfaktoren zwischen 0,95 und 1 angesetzt. Diese Produkte werden

*3) Ein Substitutionsfaktor von z. B. 0,8 bedeutet, daß bei einem Verbrauch von einem Imitationsprodukt in Höhe von 1 bei dem entsprechenden Milchprodukt ein Minderverbrauch von 0,8 zu erwarten ist.

Hamm und Müller: Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch

überwiegend in der Lebensmittel- und in der Gemeinschaftsverwendung für den Verbrauch. Nur ein kleiner Teil dürfte direkt von Konsumenten aus gesundheitlichen Gründen oder wollen.

In Übersicht 2 wurde die Substitution mit den jeweiligen Substitutionsfaktoren*3) für man den Minderverbrauch die Substitution durch ist nur ein Vergleich des Gesamtverbrauchs der jeweiligen 1986 kam der relativ geringe Gesamtverbrauchs der Vollmilchpulver- und Joghurtimitate. Der Gesamtverbrauchs aus dem Verdrängungseffekt hatten Tofu, Sojamilch und Joghurt nennenswerte Einflüsse auf den Absatz.

Aus den für 1992 angegebenen Substitutionsfaktoren ist zu sehen, daß der Butterverbrauch des Milchverbrauchs durch die Substitution von Milchprodukten durch Imitationsprodukte eintrübselt werden können. Der Verbrauch an Sahne und Käse dürfte sich bei der Berechnung des Milchabsatzes in der EG-9 nicht nennenswert erhöhen.

Der in Übersicht 2 angegebene Milchverbrauch der Imitationsprodukte ist jedoch nur ein Vergleich der Mengen an Milchprodukten, die in Imitationsprodukten enthalten sind. Da bei der Berechnung des Milchabsatzes in der EG-9 nur der Verbrauch an Sahne und Käse berücksichtigt wird, ist der Verbrauch an Milchpulver und Joghurt nicht in der Berechnung des Milchabsatzes in der EG-9 berücksichtigt.

Übersicht 3: Minderverbrauch von Milchprodukten in der EG-9 ohne Berücksichtigung der Imitationsprodukte (in 1 000 t Produktgewicht)

Milchprodukt (Imitationsprodukt)	1986	1992 Variante I	1992 Variante II
Butter (vollfette Milchfette)	10,0	10,0	10,0
Milchpulver (Mischpulver)	17,5	17,5	31,1
Käse (Käseimitate)	2,3	7,1	16,0
Quark (Tofu)	5,0	12,5	12,5
Sojamilch (Sojamilch, Filled Milk)	16,5	29,8	29,8
Vollmilchpulver (Mischpulver)	17,5	17,5	31,1
Konsummilch (Kaffeeweißer)	29,2	36,2	36,2
Sahne (Sahneimitate)	14,3	21,8	33,3
Joghurt (Joghurtimitate)	0,0	0,3	0,6

Variante I: Weiter Beibehaltung der 1987 gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen. - Variante II: Bei EG-weiter Aufhebung des Imitationsverbotes. - *3) Substitutionsfaktoren für Milchprodukte: Butter 0,4; Mischpulver 0,4; Käse 0,5; Quark 0,01; Sojamilch 0,5; Vollmilchpulver 0,4; Konsummilch 0,4; Sahne 0,4; Joghurt 0,01.

überwiegend in der lebensmittelverarbeitenden Industrie und in der Gemeinschaftsverpflegung eingesetzt, wo ihre Verwendung für den Verbraucher größtenteils nicht erkennbar ist. Nur ein äußerst geringer Teil dieser Produkte dürfte direkt von Konsumenten gekauft werden, die Milchprodukte aus gesundheitsbedingten Gründen meiden müssen oder wollen.

In Übersicht 3 wurde der Verbrauch von Imitationsprodukten mit den jeweiligen länder- und produktspezifischen Substitutionsfaktoren*4) gewichtet. Als Ergebnis erhält man den Minderverbrauch an Milchprodukten, der durch die Substitution durch Imitate ausgelöst wird. Interessant ist nun ein Vergleich der jeweiligen Mengen mit dem Gesamtverbrauch der jeweiligen Milchprodukte in der EG-9. 1986 kam die relativ größte Bedeutung mit knapp 15 % des Gesamtverbrauchs der Verdrängung von Kondensmilch zu, gefolgt von Vollmilchpulver, bei dem Imitate rund 8 % des Gesamtverbrauches ausmachten. Einen deutlich niedrigeren Verdrängungseffekt hatten Mischfette und Sahneimitate; Tofu, Sojamilch und Joghurtimitate hatten dagegen keinen nennenswerten Einfluß auf den Verbrauch von Milchprodukten.

Aus den für 1992 vorgenommenen Projektionen wird ersichtlich, daß der Butterverbrauch durch die starke Ausweitung des Mischfettverbrauches in ähnlich starkem Maße beeinträchtigt werden könnte wie der Verbrauch von Kondensmilch. Der Verbrauch an Frischmilcherzeugnissen (ohne Sahne) und Käse dürfte jedoch selbst bei Variante II in der EG-9 nicht nennenswert beeinträchtigt werden.

Der in Übersicht 3 ausgewiesene Minderverbrauch an Milchprodukten, der durch den Verbrauch von Imitaten ausgelöst wird, ist jedoch nur begrenzt aussagekräftig, weil hier die Mengen an Milchprodukten bzw. Milchbestandteilen, die in Imitationserzeugnissen enthalten sind, nicht berücksichtigt sind. Da bei verschiedenen Imitaten (vgl. Übersicht 1) nur das MilCHFett durch pflanzliche Fette ersetzt wird und einige Milchhalbfettimitate einen leicht höheren Anteil von Milcheiweiß als Milchhalbfett aufweisen, muß bei der Berechnung des tatsächlichen Minderverbrauchs von Milch nach den wertbestimmenden Bestandteilen MilCHFett und Milcheiweiß differenziert werden.

Übersicht 3: Minderverbrauch an Milchprodukten in der EG-9 ohne Berücksichtigung des Verbrauches von Milchbestandteilen in Imitationsprodukten (in 1 000 t Produktgewicht)

Milchprodukt (Imitationsprodukt)	1986	1992	
		Variante	
		I	II
Butter (vollfette Mischfette)	27,8	65,0	147,4
Milchhalbfett 1) (fettreduzierte Mischfette)	22,8	51,4	84,6
Käse (Käseimitate)	2,3	7,1	16,0
Quark (Tofu)	0,1	0,1	0,1
Trinkmilch (Sojamilch, Filled Milk)	3,8	13,0	13,0
Vollmilchpulver (Milchpulverimitate)	17,5	17,5	31,1
Kondensmilch 2) (Kaffeeweiß 3)	97,7	100,2	109,2
Sahne (Sahneimitate) 3)	26,0	33,0	44,5
Joghurt (Joghurtimitate)	0,0	0,1	0,1

Variante I: Unter Beibehaltung der 1987 gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen. — Variante II: Bei EG-weiter Aufhebung des Imitationsverbotes. — 1) Einschließlich sonstige fettreduzierte MilCHFetterzeugnisse. — 2) Bezogen auf Kondensmilch mit 7,5 % Fett. — 3) Vom pulverförmigen auf das flüssige Produkt mit Faktor 5,0 umgerechnet.

Übersicht 4: Minderverbrauch an MilCHFett und Milcheiweiß in der EG-9 durch Verbrauch von Imitationsprodukten (in 1 000 t)

Produkt	MilCHFettwert			Milcheiweißwert		
	1986	1992		1986	1992	
		Variante			Variante	
		I	II		I	II
Mischfette						
- vollfette	10,7	25,7	44,1	-	-	-
- fettreduzierte	6,9	16,1	18,9	-1,4	-3,3	-4,2
Käseimitate	0,6	1,8	4,0	-	-	-
Tofu	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Konsummilchimitate						
- Sojamilch	0,1	0,3	0,3	0,1	0,4	0,4
- Filled Milk	0,0	0,0	0,0	-	-	-
Milchpulverimitate	4,6	4,6	8,1	-	-	-
Kaffeeweiß						
- pulverförmige	6,5	6,4	6,4	4,8	4,8	4,7
- flüssige	0,8	1,1	1,8	-	-	-
Sahneimitate						
- pulverförmige	4,9	4,7	4,7	-	-	-
- flüssige	4,0	6,6	10,1	-	-	-
Joghurtimitate	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Insgesamt	39,1	67,3	98,4	3,5	1,9	0,9

Variante I: Unter Beibehaltung der 1987 gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen. — Variante II: Bei EG-weiter Aufhebung des Imitationsverbotes.

Übersicht 4 weist den um die Menge der in den Imitationsprodukten enthaltenen Milchbestandteile korrigierten Minderverbrauch an Milch und Milchprodukten (in Fett- und Eiweißwert) aus. Zunächst einmal ist festzustellen, daß sich ein nennenswerter Minderverbrauch nur beim MilCHFett ergibt. Der Milcheiweißverbrauch wird dagegen kaum beeinträchtigt, was in erster Linie darauf zurückzuführen ist, daß bei vielen Imitationsprodukten lediglich das MilCHFett durch pflanzliche Fette ausgetauscht wird, die Eiweißkomponente jedoch aus technologischen und geschmacklichen Gründen aus Milcheiweiß bestehen bleibt.

Der Minderverbrauch an MilCHFett hat in der EG-9 1986 knapp 40 000 t betragen; dies entspricht rund 1,1 % des Verbrauches an MilCHFett, das zu Marktpreisen (unsubventionierter Verbrauch) in der EG-9 abgesetzt wurde. Wie aus Übersicht 4 hervorgeht, wurde die Verdrängung von MilCHFett zu 45 % durch den Verbrauch von Mischfetten ausgelöst, weitere 23 % und 19 % sind auf den Verbrauch von Sahneimitaten und Kaffeeweißern zurückzuführen. Käse- und Konsummilchimitate trugen dagegen nicht nennenswert zu dem Minderverbrauch an MilCHFett bei. Interessant ist, daß 1986 rund drei Viertel der verdrängten MilCHFettmenge in der EG-9 auf das Vereinigte Königreich entfielen.

Bei einer Beibehaltung der 1987 gültigen rechtlichen Bestimmungen bezüglich des Absatzes von Imitationserzeugnissen wäre für 1992 mit einer weiteren Verdrängung von rund 28 000 t MilCHFett gegenüber 1986 zu rechnen gewesen, wobei über 80 % dieser Menge auf den Mehrverbrauch von Mischfetten entfallen. Bezieht man den für 1992 prognostizierten Minderverbrauch an MilCHFett in Höhe von 67 000 t auf den 1986 realisierten Verbrauch an MilCHFett zu Marktpreisen, so entspricht dies einem Anteil von 1,9 %. Aus der in Variante II aufgestellten Projektion für 1992

*4) Die Substitutionsfaktoren sind im einzelnen in der Langfassung (vgl. B ö c k e n h o f f et al.) dargestellt und ausführlich begründet.

geht hervor, daß sich der Minderverbrauch an Milchfett auf knapp 100 000 t belaufen dürfte.

Die Folgen der EG-weiten Aufhebung des Imitationsverbotes ergeben sich aus der Differenz der für 1992 aufgestellten Projektionen von Variante II und Variante I. Der durch die Aufhebung der nationalen Imitationsverbote ausgelöste Minderverbrauch an Milchfett dürfte sich 1992 insgesamt auf etwa 31 000 t in der EG-9 belaufen. Dies entspricht weniger als 1 % des 1986 realisierten Verbrauches von Milchfett zu Marktpreisen. Dieser Minderverbrauch ist zu etwa zwei Dritteln auf die Ausweitung der Nachfrage nach Mischfetten zurückzuführen. Nennenswerte Verbrauchsrückgänge beim Milchfett beruhen auch auf der verstärkten Nachfrage nach Sahne-, Milchpulver- und Käseimitaten. Bei einer länderweisen Betrachtung zeigt sich, daß rund die Hälfte des durch die EG-weite Aufhebung des Imitationsverbotes ausgelösten Verbrauchsrückganges bei Milchfett in der EG-9 auf die Entwicklungen in der BR Deutschland zurückzuführen ist. Für die BR Deutschland wird mit einem Minderabsatz an Milch und Milcherzeugnissen von knapp 16 000 t in Fettwert gerechnet. Knapp 70 % dieser Menge werden auf die Nachfrageausweitung bei Mischfetten entfallen. In Frankreich wird ein Verbrauchsrückgang von 7 000 t Milchfett erwartet. In Italien, Dänemark und Belgien/Luxemburg dürfte durch die Aufhebung des Imitationsverbotes ein Minderverbrauch von jeweils rund 2 000 t Milchfett und in den Niederlanden von etwas mehr als 1 000 t Milchfett zu verzeichnen sein.

Zusammenfassend ist festzuhalten, daß der auf die Aufhebung der nationalen Verbote bezüglich der Imitationserzeugnisse von Milch und Milchprodukten zurückzuführende Minderverbrauch an Milchfett in der EG-9 sich 1992 auf rund 31 000 t belaufen dürfte. Auf die BR Deutschland entfallen hiervon rund 50 %. Beim Gesamtverbrauch an Milcheiweiß ist dagegen in der EG-9 mit keinen nennenswerten Veränderungen zu rechnen. Es muß jedoch davon ausgegangen werden, daß es bei den Milcheiweißen zu kostenträchtigen Strukturverschiebungen kommt, weil für die Herstellung von Imitationsprodukten aus technologischen und Kostengründen überwiegend Kaseinate und kaum Magermilch bzw. Magermilchpulver verwendet werden. Dies führt zu steigenden Aufwendungen der EG für Beihilfen zur Kaseinherstellung aus Magermilch bzw. Magermilchpulver (vgl. Schmidt, 1987, S. 42).

Die erwarteten Auswirkungen einer EG-weiten Aufhebung des Imitationsverbotes auf den Absatz von Milch und Milcherzeugnissen weichen beträchtlich von bisher angestellten Überlegungen ab (vgl. z. B. Agra-Europe, 1985; Goeman, 1986, S. 277; Niehhaus, 1988, S. 365; Schauf, 1986, S. 479), bei denen von einer Verdrängung von 6 bis 10 Mill. t Milch in der EG ausgegangen wurde*5). Die Hauptgründe dafür, daß die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung von den Schätzungen anderer Autoren sehr stark abweichen, sind in der Berücksichtigung der speziellen Substitutionsbeziehungen zwischen Imitationserzeugnissen und Milchprodukten sowie in der Berücksichtigung der in den Imitationserzeugnissen enthaltenen Milchbestandteile (wodurch der Minderverbrauch von Milchprodukten teilweise kompensiert wird) zu sehen.

6 Schlußfolgerungen für die BR Deutschland

Die insbesondere von der BR Deutschland verfolgte Politik, große politische Kräfte auf eine Verhinderung der Aufhebung des sogenannten Imitationsverbotes bei Milch und

Milcherzeugnissen auszurichten, haben - wie spätestens nach dem im März 1987 ergangenen Urteil des EuGH gegen das deutsche Reinheitsgebot bei Bier zu erwarten war - nicht zum Erfolg geführt. Es besteht die Sorge, daß Teile der Molkereiwirtschaft*6) davon abgehalten wurden, rechtzeitig Strategien zu erarbeiten, die einem Verlust von Marktanteilen bei Milchprodukten und den sogenannten Milchimitaten entgegenwirken. Auf deutsche Agrarpolitiker dürften nun noch eine ganze Reihe von Problemen zukommen, die sich aus der Aufhebung des Imitationsverbotes für die deutsche Milchwirtschaft ergeben:

- Die bereits angesprochene Problematik der Verzerrung der Preisrelation zwischen Kasein und Magermilch in der EG führt zu einer Ungleichbehandlung insbesondere bei der Käseherstellung. Verbilligte Kaseinate dürfen bisher nur für die Herstellung von Käseimitaten, nicht aber für die Herstellung von verschiedenen „echten“ Käsearten verwendet werden (vgl. Niehhaus zitiert in: Fink, 1987, S. 13).

- Da die Rekombination von Milcherzeugnissen aus haltbaren Milchprodukten (z. B. Milchpulver) nicht erlaubt ist, Imitatehersteller aber solche Dauermilcherzeugnisse einsetzen können, ist angesichts der Milchknappheit im Winter mit Forderungen der Molkereiwirtschaft zu rechnen, die Rekombination auch bei Milcherzeugnissen zuzulassen*7).

- Im gleichen Zusammenhang ist die Forderung zu sehen, die Fraktionierung von Butter in der BR Deutschland zu erlauben, mit der eine Verbesserung der Streichfähigkeit der Butter erzielt werden kann (vgl. Niehhaus, 1988, S. 366 und Weindlmair zitiert in: Mühleib, 1988, S. F20).

Im Zusammenhang mit diesen ungelösten Fragen macht sich das Fehlen einer globalen Strategie seitens der bundesdeutschen Milchwirtschaft (einschl. Agrarpolitik) besonders negativ bemerkbar. Läßt man die Rekombination von Milcherzeugnissen und die Fraktionierung von Butter zu, dann verlieren die Milchprodukte das Image der Natürlichkeit und des traditionellen Nahrungsmittels, das sie von vielen Imitationsprodukten unterscheidet und das ein erfolgversprechender Ansatzpunkt für eine Marketingstrategie für Milchprodukte wäre. Eine offensive Auseinandersetzung mit den Gründen, die Verbraucher veranlassen, zu Milchimitationserzeugnissen zu greifen und die Erarbeitung einer darauf aufbauenden Konzeption eines zielgruppenspezifischen Marketings für Milchprodukte ist nun dringend erforderlich.

Für die überwiegend genossenschaftlich organisierten Molkereien in der BR Deutschland ergibt sich aus der bisherigen Haltung der Bundesregierung und des Bauernverbandes*8) ein weiterer Problembereich. Nachdem lange

*5) Würde man das Ergebnis dieser Untersuchung auf Vollmilchäquivalent umrechnen - was wegen des nur unwesentlich tangierten Milcheiweißverbrauches jedoch nicht sinnvoll ist -, dann ergäbe sich eine Milchmenge von weniger als 1 Mill. t.

*6) Einige größere deutsche Molkereiunternehmen haben seit längerer Zeit nicht mehr mit einer Aufrechterhaltung des Imitationsverbotes gerechnet; sie haben im Ausland Lizenzen für die Herstellung von Imitationsprodukten erworben.

*7) Vereinzelt wurden bereits solche Forderungen erhoben (vgl. Niehhaus, 1988, S. 366).

*8) So wurde von Seiten des Bauernverbandes z. B. Ende 1987 noch eine große Werbekampagne für eine Unterschriftenaktion bei Landwirten und Verbrauchern gegen die Aufhebung des Imitationsverbotes durchgeführt.

Hamm und Müller: Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch
 Zeit Imitationserzeugnisse
 behandelnd" für die dort
 wurden, weisen sich die
 geliebte Milcherzeugnisse
 Imitationserzeugnisse beim
 dies wird aber auswendig
 Wirtschaft nicht erho
 Anbieter verlieren wi
 Müllers, 1987, S. 13
 Konzernunternehmen erho
 Imitationserzeugnisse da
 Imitationserzeugnisse
 um in dem sich 1992 mit
 men Binnenmarktes vers
 ausländischen Anbietern
 Mit den zusammenge
 zeigten in der EG-9
 der Marktlösungsproble
 besteht im Falle von Preis
 stärkeren Substratum d
 Mischfetten würden Preis
 schienen bzw. mit der E
 herstellung verbunden
 Die von agrarpolitisc
 relationen zwischen Milch
 Imitaten werden jedoch
 von Faktoren sein, die die
 Imitationserzeugnisse be
 Minderfüg von Produktion
 mehr von der jeweils im
 Marketingstrategie
 deren Substratum abhäng
 Politik der Anbieter von
 abzuleiten ist, kommt im
 nicht so sehr der Preispoli
 politik und der Konsum
 Bedeutung zu. Auf diese
 um die Konsumentengrup
 Milchprodukten und deren
 Zusammenfassung
 Dieser Beitrag beschäftigt
 gen einer EG-weiten Aufhe
 Milch und Milcherzeugnisse
 7 EG-Ländern wurde eine
 erfolgte eine Sonderprüfun
 von Milch und Mäckerzeug
 die Beibehaltung von allen I
 verbieten und in Variante II
 len Verbote unterstellt war
 den ergäbe sich die Auswe
 dürfen von einer Aufhebung
 werten Auswirkungen auf den
 Der Minderverbrauch an Milch
 laudes und damit berücksicht
 wurde.

Zeit Imitationserzeugnisse von Milchprodukten als „lebensbedrohend“ für die deutsche Milchwirtschaft dargestellt wurden, werden sich die ihren bäuerlichen Mitgliedern verpflichteten Molkereigenossenschaften nun schwertun, selbst Imitationserzeugnisse herzustellen und anzubieten. Gerade dies wird aber notwendig sein, wenn die deutsche Molkereiwirtschaft nicht erhebliche Marktanteile an ausländische Anbieter verlieren will (vgl. Weindlmaier zitiert in: Mühlleib, 1988, S. F18). Insbesondere für große Molkereiunternehmen ergibt sich mit der Produktion von Imitationserzeugnissen die Möglichkeit, einem sinkenden Auslastungsgrad ihrer Produktionsanlagen entgegenzuwirken, um in dem sich 1992 mit der Verwirklichung des gemeinsamen Binnenmarktes verschärfenden Wettbewerb gegenüber ausländischen Anbietern bestehen zu können.

Mit dem zunehmenden Verbrauch von Imitationserzeugnissen in der EG wird der Spielraum für die Festsetzung der Marktordnungspreise für Milch enger; beim MilCHFett besteht im Falle von Preisanhebungen die Gefahr einer noch stärkeren Substitution durch pflanzliche Fette, und beim Milcheiweiß würden Preissteigerungen mit höheren Überschüssen bzw. mit der Erhöhung von Beihilfen für die Kaseinherstellung verbunden sein.

Die von agrarpolitischen Beschlüssen beeinflussten Preisrelationen zwischen Milchprodukten und ihren sogenannten Imitaten werden jedoch mit Sicherheit nur einer von mehreren Faktoren sein, die für die künftige Marktbedeutung von Imitationserzeugnissen bestimmend sind. Der Erfolg bzw. Mißerfolg von Produktinnovationen am Markt wird vielmehr von der jeweils verfolgten zielgruppenorientierten Marketingstrategie der Anbieter von Milchprodukten und deren Substituten abhängen. Wie aus der bisher verfolgten Politik der Anbieter von sogenannten Imitationsprodukten abzuleiten ist, kommt im Rahmen der Marketingaktivitäten nicht so sehr der Preispolitik, sondern vielmehr der Produktpolitik und der Kommunikationspolitik eine entscheidende Bedeutung zu. Auf diesen Feldern wird sich die „Schlacht“ um die Konsumentengunst zwischen den Anbietern von Milchprodukten und deren Substituten entscheiden.

Zusammenfassung

Dieser Beitrag beschäftigt sich mit den vermutlichen Auswirkungen einer EG-weiten Aufhebung nationaler Imitationsverbote von Milch und Milcherzeugnissen. Auf der Basis einer Datenerhebung in 8 EG-Ländern wurde eine Marktanalyse erstellt. Darauf aufbauend erfolgte eine länderspezifische Projektion der Nachfrage nach Imitaten von Milch und Milcherzeugnissen bis 1992, wobei in Variante I die Beibehaltung von allen 1987 bestehenden nationalen Imitationsverboten und in Variante II eine sofortige Aufhebung aller nationalen Verbote unterstellt wurde. Aus der Differenz beider Projektionen ergeben sich die Auswirkungen der Politikänderung. Demnach dürften von einer Aufhebung des Imitationsverbotes keine nennenswerten Auswirkungen auf den Verbrauch von Milcheiweiß ausgehen. Der Minderverbrauch an MilCHFett dürfte sich auf rund 31 000 t belaufen und damit beträchtlich niedriger sein als bisher angenommen wurde.

Demand for dairy imitation products

This contribution is engaged in the presumable effects of an EEC wide repeal of national prohibitions imitating dairy products. Based on inquiries in eight EEC countries a market analysis was developed. Thereupon a demand projection for dairy imitation products was carried out in each country. In this projection version I assumes the retention of all imitation prohibitions existing, in 1987, while version II assumes an immediate repeal of all national prohibitions. The effect of this political change results from the difference between the two projections. According to that the repeal of imitation prohibitions will have practically no effects on the demand for milk protein. The reduction of the consumption of milkfat may be around 31 000 t in 1992 and thereby considerably less than expected up to this time.

Literaturverzeichnis

- Agra-Europe: Auseinandersetzung um Milchsubstitute wird heftiger. - 26 Jg. (1985), Nr. 43, Europa-Nachrichten S. 1-4. - Böckenhoff, E., Hamm, U., Müller, A. und Tschmarke, A.: Analyse und Prognose der Nachfrage nach Imitationsprodukten für Milch und Milcherzeugnisse in der EG im Falle einer Aufhebung des Verbots dieser Imitationsprodukte (im Druck). - Buchholz, H. E.: Die Auswirkung von Imitationsprodukten auf den Absatz landwirtschaftlicher Erzeugnisse in der Bundesrepublik Deutschland. - Landbauforschung Völkrode 37 (1987), S. 175-181. - Dairy Industries International: Dairy Products for the Baker 51 (1986), Nr. 10, S. 43. - Finck, A.: Kunstkäse - Nein danke! - Arbeitsgemeinschaft Bäuerliche Landwirtschaft, Rheda-Wiedenbrück 1987. - Fox, P. F.: The Use of Milk and Milk Fractions in Non-Dairy Foods. - IDF-Bulletin, Document 125 (1980), S. 22-59. - Goemann, D.: Gibt es Lösungen zur EG-weiten Regelung der Imitationsproblematik? - Deutsche Molkereizeitung 107 (1986), S. 276-280. - Hamm, U.: Projektion der Agrarmärkte in der BR Deutschland für die 80er Jahre - Konsequenzen für eine rationale Agrarpolitik. - Agrarwirtschaft, Sonderheft 97. Hannover 1983. - Hierso, G.: Communication relative au produits de substitution et leur legislation. - ONILAIT Conseil de Direction No. 155. Paris 1986. - Milch-Marketing: Milchersatzprodukte auf dem Vormarsch. - 3. Jg. (1986) Nr. 9, S. 14-15. - Mühlleib, F.: Mehr me-too geht nicht. - Lebensmittelzeitung 40 (1988), Nr. 14, S. F18-20. - Nienhaus, A.: Zur Frage der Imitation im Milchbereich. - Milch-Fettwaren-Eierhandel 40 (1988), S. 365-366. - Rat der EG: Verordnung (EWG) Nr. 1898/87. - Amtsblatt der EG Nr. L 182/36, 1987. - Schauf, M.: Ohne Imitationsverbot ist die Milchmarktorganisation nicht mehr finanzierbar. - Welt der Milch 40 (1987), S. 33-34. - Schmid, E.: Der EG-Markt für Kasein unter dem Einfluß der Gemeinsamen Agrarpolitik. - Agrarwirtschaft 36 (1987), Nr. 2, S. 33-43. - Shaw, M.: Cheese Substitutes: Threat or Opportunity? - Journal of the Society of Dairy Technology 37 (1984), Nr. 1, S. 27-31. - Sieber, R.: Tofu - eine Konkurrenz für Milchprodukte? - Deutsche Milchwirtschaft 37 (1986), Nr. 28, S. 877-881. - Summender-Oehg.: Käse ohne Milch. - Deutsche Milchwirtschaft 36 (1985), Nr. 9, S. 253-257. - Timm, T., Bunnies, H. und Drews, M.: Milcheiweißergänze und ihre Konkurrenzprodukte als Bestandteile von Lebensmitteln. - Bundesanstalt für Milchforschung, Kiel 1983. - Wegerich, F.: Irland: Aufwendige Präsentation sichert gute Spannen. - Milch-Marketing 3 (1986), Nr. 9, S. 20. - Weindlmaier, H.: Innovation im Spannungsfeld von Bioprodukten und Milchimitaten. - Deutsche Molkereizeitung 108 (1987), S. 332-334. - Worp, B. J. und Flierman, R. F.: Marktstudie naar Zuivelvervangingsprodukten. - Groningen 1985.

Verfasser: Dr. Ulrich Hamm und Dipl.-Ing. agr. Andreas Müller, Institut für Agrarpolitik und landwirtschaftliche Marktlehre der Universität Hohenheim, Schloß/Postfach 70 05 62, 7000 Stuttgart 70.