

## Arla Foods Stellungnahme zum Forderungspapier der MILCHDIALOG Initiative

**Wir haben volles Verständnis** dafür, dass Landwirte aufgrund der steigenden Produktionskosten sowie der steigenden Forderungen nach einer ökologisch nachhaltigeren Produktion und mehr Tierwohl unter zunehmendem Druck stehen. Als **Molkereigenossenschaft, die zu 100 Prozent im Besitz von Landwirten ist**, ist es unsere Aufgabe, den höchstmöglichen Wert für die Milch unserer Landwirte zu schaffen, und als solche **haben wir ein gemeinsames Interesse an der Erhöhung des Milchpreises**.

Wir haben deshalb auch Verständnis für die Forderung, selbst für das vorgeschlagene Niveau, sehen der vorgeschlagenen Zeitrahmen aber als unrealistisch an. **Fakt ist, dass der Milchpreis am Markt verdient werden muss**. Eine kurzfristige Erhöhung des Milchpreises um 15 Eurocent kann am Milchmarkt aktuell nicht erzielt werden und würde Arla Foods zusätzliche Kosten in Höhe von 2,1 Mrd. EUR jährlich verursachen. Dies würde die Zukunft unserer Genossenschaft und damit die mittel- und langfristige Perspektive, allen unseren Landwirten einen wettbewerbsfähigen Milchpreis zu bieten, gefährden. In Anerkennung der schwierigen finanziellen Situation vieler landwirtschaftlicher Betriebe und basierend auf der guten Geschäftsleistung von Arla in 2020, wurde Anfang Oktober über eine Erhöhung der diesjährigen Nachzahlung an Arla Mitglieder diskutiert und es wurde vereinbart, einen entsprechenden Vorschlag innerhalb Arlas genossenschaftlicher Demokratie zur Abstimmung vorzulegen.

Um sicherzustellen, dass wir als Genossenschaft einen wettbewerbsfähigen Milchpreis zahlen können, arbeiten wir jeden Tag daran, die Milch unserer Landwirte bestmöglich zu vermarkten und gleichzeitig unsere Kosten niedrig zu halten.

Mit der Einführung des **dreijährigen Transformations- und Kosteneinsparungsprogramms** „Calcium“ im Jahr 2018 haben wir es uns zum Ziel gesetzt, unsere Kosten um mehr als 400 Millionen EUR zu reduzieren. Von den Einsparungen sollen 300 Millionen EUR über den Milchpreis direkt den Genossenschaftsmitgliedern zukommen, der Restbetrag von mindestens 100 Millionen EUR soll in das Unternehmenswachstum reinvestiert werden. Derzeit liegen wir mit unserem Transformationsprogramm im Plan und haben im Jahr 2020 100 Millionen EUR eingespart, was fast 1 Eurocent direkt zum Milchpreis hinzufügt.

Darüber hinaus bauen wir gemeinsam mit unseren Landwirten **starke Marken** auf (z.B. Arla Buko®, Arla Kærgården®), **investieren in Produktinnovationen** (z.B. Arla® Skyr, Arla Bio (Hauch von)) und haben mit unseren **Klima-Checks** und unserem **Qualitätsprogramm Arlagården®** zwei starke Initiativen, mit denen wir intensiv an der Verbesserung der Umweltbilanz und dem Tierwohl auf unseren Mitgliedsbetrieben arbeiten.



Wir sind aber nur eine von vielen Molkereien auf dem deutschen Markt, und unser Marktanteil liegt noch immer auf einem relativ niedrigen Niveau. **Wir wollen vorangehen**, aber Lösungen für den gesamten Markt können nur gemeinsam erreicht werden. **Wir befürworten** deshalb eine noch stärkere Zusammenarbeit mit den Molkereien auf dem deutschen Markt. Die Veröffentlichung der **Milchsektor-Strategie 2030** Anfang 2020 war ein guter Anstoß. Jetzt gilt es, sie zusammen zum Leben zu bringen.

**Wir erklären uns bereit**, im Rahmen der rechtlichen Vorgaben, **Möglichkeiten für eine engere Zusammenarbeit mit anderen Molkereien auf dem deutschen Markt auszuloten**, um die Wettbewerbsfähigkeit der Molkereien und damit auch die Wettbewerbsfähigkeit unserer Eigentümer, der Milcherzeuger, zu verbessern.

**Gemeinsam müssen wir** mit den übrigen Akteuren auf dem deutschen Milchmarkt an Lösungen arbeiten, um von einem Markt, der sich hauptsächlich über den Preis definiert, zu einem Markt zu gelangen, der sich auf Qualität und Wertschöpfung für die Kategorie Milch konzentriert.

Die **derzeitige Organisation des deutschen Milchmarktes** mit halbjährlichen Ausschreibungsrunden **erschwert eine langfristig nachhaltige Entwicklung**. Längerfristige Verträge mit einer Laufzeit von 3-5 Jahren würden die Entwicklung nachhaltigerer Konzepte erheblich erleichtern. Darüber hinaus sollten wir, anstatt nur über den Preis zu sprechen, ein Gespräch darüber führen, wie wir **effizienter zusammenarbeiten** können. Beispielsweise zeigen unabhängige Studien Kosteneinsparungspotenziale von 3-5 % in der Versorgungskette durch verbesserte Zusammenarbeit. **Gerne würden wir diese Gespräche schnellstmöglich aufnehmen**.

Wir erkennen die Tatsache an, dass jeder Betrieb, jede Landwirtin und Landwirt, jedes Stück Land anders ist und dass Landwirte ihre Betriebe auf unterschiedliche Weise organisieren und führen. Wir wissen, dass es Gemeinsamkeiten auf den landwirtschaftlichen Betrieben gibt, aber um zu verstehen, wie die wirtschaftliche Situation auf dem einzelnen Betrieb verbessert werden kann, sollte eine gezielte individuelle Beratung angeboten werden. Diese werden wir zum einen über unser eigenes Klima-Check-Programm anbieten. Zum anderen werden wir den Dialog mit politischen Akteuren und öffentlichen Institutionen suchen, um die Möglichkeiten des Erhalts von Fördermitteln für eine wirtschaftliche Beratung zu erörtern.

**Es gibt keinen Königsweg**, jedoch muss die Milchindustrie umweltfreundlicher, aber auch wirtschaftlich und sozial nachhaltiger werden. Wir haben uns verpflichtet, gemeinsam mit unseren Landwirten, intensiv daran zu arbeiten, um dies zu verwirklichen, und **wir fordern die anderen Akteure** auf dem Milchmarkt, insbesondere den Einzelhandel, aber auch die Verbraucher und politische Entscheidungsträger auf, diesen Weg mit uns zu gehen.

**Wir bleiben bereit für einen offenen und konstruktiven Dialog, um gemeinsam nachhaltige und bessere Lösungen zu finden.**