

18. November 2020

## **„Forderungspapier an unsere Verarbeiter, die Molkereien und Schlachtereien– Stellungnahme zum Forderungspapier vom 11. November 2020**

Uns als genossenschaftliche Molkerei, die sich im Eigentum der Milchbauern befindet, ist die schwierige wirtschaftliche Lage auf den landwirtschaftlichen Betrieben bewusst. Die direkten und indirekten Folgen der Corona Pandemie stellen uns zusätzlich vor große Herausforderungen, dennoch sind wir lieferfähig geblieben und konnten in Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern die Milchanlieferung und den Absatz der gesamten Milchanlieferung sicherstellen. Wir verstehen das die Liquidität auf den landwirtschaftlichen Betrieben über die Masse angespannt ist.

Unsere Priorität ist es eine bestmögliche Verwertung der Milch zu erreichen, weshalb wir seit Jahren eine Mehrwertstrategie verfolgen. Die angeführte flächendeckende Anhebung des Preisniveaus in Deutschland sowie eine Abstimmung der Unternehmen in ihrer Preispolitik gegenüber dem Handel ist zudem nicht mit dem europäischen und nationalen Wettbewerbsrecht zu vereinbaren. Dieses schließt eine faktische Kartellbildung aus.

Der Milchpreis muss am Markt verdient werden. Daran arbeiten wir täglich mit innovativen Lösungen, durch Generierung eines Mehrwertes für unsere Milch, durch die Erschließung neuer Absatzmärkte, sowie durch Gewinnung neuer Handelspartner. Entsprechende Unternehmensstrategien können die Mitglieder in ihren Genossenschaften mitgestalten.

Zur Sicherung und zum Ausbau der Wertschöpfung ist die Vermarktung und Kommunikation zu stärken. Als Ergebnis der Sektorstrategie wird in nächster Zeit eine gemeinsame Branchenkommunikation Milch starten, die von Erzeugern und Molkereien gemeinsam getragen und unterstützt wird. Wir als Unternehmen nehmen diese Aufgabe sehr ernst. Durch eine gemeinsame Branchenkommunikation wird die Milchbranche für den Verbraucher sichtbar und sie kann darstellen, wie nachhaltig Milcherzeuger und ihre Molkereien Milch produzieren. Neben einer Steigerung der Wertschöpfung geht es hierbei auch um eine höhere Wertschätzung der bäuerlichen Arbeit.

### **Beschleunigte Umsetzung unserer Strategie**

Nicht nur die Landwirte, sondern auch die Molkereiunternehmen stehen massiv unter Druck, und davon sind wir nicht ausgenommen. Ursächlich hierfür sind Kostensteigerungen für beispielsweise Energie, Verpackungen, Transport und Tarife, aber auch erhöhte Sicherheits- und Hygieneauflagen. Genauso wie die zunehmende Handelskonzentration und der sich hierdurch weiter verschärfende Wettbewerb um Absatz- und Umsatzanteile. In diesem bereits schwierigen Marktumfeld verschärft die Corona-Pandemie direkt und indirekt die Situation



**FrieslandCampina Germany Pressestelle**

Jeannine Böhrer-Scholz

Leiterin Unternehmenskommunikation DACH

☎ 0162 423 47 30

✉ [jeannine.boehrer-scholz@frieslandcampina.com](mailto:jeannine.boehrer-scholz@frieslandcampina.com)

noch einmal deutlich, nachdem Absatzkanäle über Wochen und Monate weggebrochen sind. Stichwort Lockdown für den Außer-Haus-Markt.

Vor wenigen Tagen erst hat unser CEO von FrieslandCampina Hein Schumacher über die notwendige beschleunigte Umsetzung unserer Strategie „Our Purpose, Our Plan“ informiert, die entsprechende Pressemitteilung haben wir diesem Schreiben beigelegt.

**Milchpreis**

Im Milchpreisvergleich steht FrieslandCampina weiterhin in der Spitzengruppe. Seit vielen Jahren schaffen wir es, unseren Mitgliedern ein überdurchschnittliches Milchgeld zu zahlen.

Wir arbeiten täglich daran, Wertschöpfung für unsere Milchprodukte zu schaffen und profitabel zu wachsen. Dies ist ein fester Bestandteil unserer Strategie.

Mit freundlichen Grüßen

Jan Kruse

Managing Director

FrieslandCampina Germany

Hans Stöcker

Aufsichtsratsvorsitzender

FrieslandCampina Germany