



Bundesverband Deutscher Milchviehhalter BDM e.V.,
die Milchgruppen von Land schafft Verbindung LsV,
die Arbeitsgemeinschaft bäuerlicher Landwirtschaft AbL e.V.,
die Freien Bauern, das European Milk Board EMB,
die MEG Milch Board e.V.

Hochland Deutschland GmbH
Kemptener St. 17
88178 Heimenkirch
Deutschland

Kaufmännischer Leiter/Leiter
Milchboard/Prokurist
Werner Giselbrecht
Telefon 08381 / 502-131
Telefax 08381 / 502-52 131
werner.giselbrecht@hochland.com
www.hochland-group.com
Heimenkirch, 18.11.2020

Sehr geehrte Damen und Herren,

Vertreter Ihrer Organisationen haben am 11. November am Hochland-Standort in Schongau ein Schreiben übergeben. Wir möchten versuchen, eine Antwort auf Ihre Forderungen und Anliegen zu geben und stehen auch darüber hinaus für einen offenen und sachlichen Dialog zur Verfügung.

Unserer Molkerei ist die schwierige wirtschaftliche Lage mancher landwirtschaftlicher Betriebe bewusst. In manchen Regionen sind die Veränderungen des Klimas infolge von Trockenheit und Dürre bereits im dritten Jahr in Folge deutlich spürbar. Auch die Corona-Pandemie stellt die gesamte Gesellschaft und die Milchwirtschaft zusätzlich vor große Herausforderungen.

Als systemrelevante Unternehmen sind wir trotz aller Schwierigkeiten in der Pandemie lieferfähig geblieben und konnten die Milchanlieferung und -verarbeitung sicherstellen – auch dank der guten Zusammenarbeit mit Ihnen, unseren Milchlieferanten, das möchten wir ausdrücklich betonen. Die Hamsterkäufe im März/April und der Zusammenbruch von einigen Absatzkanälen (z.B. Großverbraucher) haben aber auch gezeigt, dass dies keine Selbstverständlichkeit ist und teilweise große Kraftanstrengung erfordert. Auf diese Leistung können wir gemeinsam stolz sein.

Die pauschale Forderung von „mindestens 15 Cent mehr pro Liter Milch“ hilft jedoch nicht.

Die von Ihren Organisationen bundesweit organisierte Aktion berücksichtigt nicht die sehr unterschiedlichen Gegebenheiten in den Regionen: Der durchschnittliche Milchauszahlungspreis liegt in Süddeutschland seit Jahren über dem im Norden. Über die Kostendeckung der Milchproduktion gibt es sehr unterschiedliche Einschätzungen.

Marktpreise – auch der Rohmilch – richten sich nach Angebot und Nachfrage. Ca. 15% der europäischen Milch werden am Weltmarkt zu Weltmarktpreisen abgesetzt. 50% der deutschen Milcherzeugnisse werden im Ausland verkauft. Deutschland ist gleichzeitig ein großer Importeur von Milcherzeugnissen. Auch Bayern hat einen Selbstversorgungsgrad von 200%. Alle Märkte sind damit untereinander verbunden, und ein Protest für eine regionale oder nationale Preiserhöhung ist aus unserer Sicht der falsche Ansatz. Er würde dazu führen, dass bayerische bzw. deutsche Produkte durch günstigere Importe aus der EU abgelöst werden. Die aktuellen Diskussionen in der EU, mit wachsenden nationalen Egoismen, geben wenig Anlass zu der Hoffnung, dass es eine EU-weite Einigung über höhere Preise für landwirtschaftliche Produkte geben könnte.

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.

Was können wir als Molkerei – was können wir mit Ihnen gemeinsam in der aktuellen Situation tun?

- Nur wenn der Verbraucher einen klaren Mehrwert für sich erkennt, wird er bereit sein, für Produkte einen höheren Preis zu bezahlen. Nachhaltigkeit, Tierwohl, Klimaschutz sind zentrale Punkte für Handel und Verbraucher.

Mit Tierschutzlabel-Milch aus der Milchregion Schwarzwald bzw. südliches Baden-Württemberg konnten wir einen großen Markterfolg erzielen. Dies ist für uns Anlass, mit den Gremienvertretern unserer Milchlieferorganisationen über eine Ausweitung dieses Erfolges und der Tierschutzlabel-Milch nachzudenken. Wir planen Konzepte mit Tierschutzlabel-Milch aus dem Alpengebiet und hoffen, dass der Verbraucher auch in Zeiten von Corona und geändertem Einkaufsverhalten den Mehrwert erkennt und bereit ist, dafür mehr zu bezahlen.

- Hochland gehört seit vielen Jahren zu den überdurchschnittlichen Milchgeldauszahlern in Bayern und in Deutschland. Derzeit sind wir die Molkerei mit der zweithöchsten Auszahlleistung in Bayern und vermutlich auch in ganz Deutschland. Mit der Tierschutzlabel-Milch sehen wir eine einmalige Chance, weitere Wertschöpfung zu betreiben und noch weiterhin hohe und deutlich überdurchschnittliche Milchpreise vergüten zu können.
- Als Markenunternehmen ist es von jeher unsere Aufgabe und Herausforderung, Handel und Verbraucher immer wieder neu vom Mehrwert unserer hochwertigen Produkte zu überzeugen, für die Sie täglich den hochwertigen Rohstoff liefern. Mit unseren Markenprodukten sind wir beim Handel auch weniger austauschbar als mit sogenannten Commodities. Nur durch stetige Weiterentwicklung unserer Markenprodukte können wir sicherstellen, dass wir auch weiterhin Ihre Milch zu leckeren und am Markt gefragten Produkten verarbeiten können, die Wertschöpfung bieten.
- Zur Sicherung und zum Ausbau der Wertschöpfung muss außerdem die Vermarktung und Kommunikation gestärkt werden – nicht nur durch unsere Werbung für die Hochland-Marken: Als Ergebnis der Sektorstrategie wird in nächster Zeit eine gemeinsame Branchenkommunikation Milch starten, die von Erzeugern und Molkereien gemeinsam getragen und unterstützt wird. Hiermit wird die Milchbranche für den Verbraucher sichtbar und 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.
- Wer über mengenbeschränkende Maßnahmen nachdenkt, muss auch sagen, wer denn weniger produzieren soll. Dafür müssten politische Mehrheiten auf europäischer Ebene gefunden werden, die im Moment nicht erkennbar sind. Zudem besteht das Problem, dass bei einer Reduktion der Milchmenge in Europa andere Erzeugungsregionen ihre Produktion ausdehnen.
- Milchproduktion und -verarbeitung sind durch vielfältige politisch verursachte Kostensteigerungen belastet. Verpackungsrecht, Kennzeichnungsrecht, aber auch die im internationalen Vergleich sehr hohen Stromkosten verursachen erheblichen Aufwand, den unsere ausländischen Wettbewerber nicht zu tragen haben. Auch diesen Aspekt gilt es in der aktuellen Diskussion zu berücksichtigen.

Anstatt Konfrontation muss der Dialog über alle Stufen der Wertschöpfungskette im Vordergrund stehen. Nur so können wir unsere Argumente vorbringen und Entscheidungen mitgestalten. Bestes Beispiel für die Wichtigkeit des Dialogs sind die diversen Ansätze zu Haltungformen, die derzeit mit Politik, Handel, Industrie und Landwirten diskutiert werden.

Viele der von Ihnen genannten Themen sind auf einzelbetrieblicher Ebene nicht zu lösen. In den vergangenen Jahren waren wir auch deshalb erfolgreich, weil wir uns auf Themen konzentriert haben, die in unserem Einfluss liegen und die wir auch gestalten können. Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam weiter gehen, nur so können wir die Wertschöpfung für alle Stufen von farm-to-fork erhöhen.

Wir wünschen Ihnen Gottes Segen in Haus, Hof und Stall.

Mit freundlichen Grüßen

ppa. Werner Giselbrecht

Stefan Mayer