

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

Sehr geehrte Frau Egger,  
sehr geehrte Herren Egger, Eschenlauer und Reiss,  
sehr geehrte Damen und Herren,

Mitglieder und Vertreter Ihrer Organisationen haben am 11. November 2020 ein Forderungsschreiben überbracht; sie erwarten bis zum 19. November eine Antwort der Molkereiwirtschaft.

In Anlehnung an das Statement des Milchindustrie-Verbands (MIV) möchten wir Ihnen wie folgt antworten:

Unserer Molkerei ist die schwierige wirtschaftliche Lage der landwirtschaftlichen Betriebe bewusst. Wir bei Karwendel arbeiten mit langjährigen Milchlieferanten zusammen und stehen in engem Austausch mit unseren Partnern. Die Wirtschaftlichkeit dieser Betriebe ist uns ein wichtiges Anliegen, daher bezahlen wir bereits einen überdurchschnittlichen Milchpreis aus und zählen damit zu den Top10 Unternehmen in Deutschland, die dem gleichtun.

Die Corona Pandemie stellt uns vor große Herausforderungen, dennoch sind wir als systemrelevantes Unternehmen trotz aller Schwierigkeiten in der Pandemie lieferfähig geblieben und konnten in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten die Milchanlieferung sicherstellen.

Wir teilen allerdings die Meinung des MIV, dass eine plakative Forderung von „mindestens 15 Cent mehr pro Liter Milch“ (plus 40 %) - bzw. wie es in dem an uns gerichteten Forderungspapier heißt 10 Cent mehr pro Liter Milch - nicht hilft. Die Sachlage dazu ist komplex und erfordert den Einbezug verschiedener Sichtweisen, die der MIV folgendermaßen aufführt:

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 darüber hinaus ein großer Importeur von Milcherzeugnissen. Alle Märkte sind damit untereinander verbunden und ein Protest für eine nationale Preiserhöhung ist der falsche Ansatz.

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.

Die Pandemie beeinflusst auch die Rentabilität der Molkereien. Die Organisationskosten sind gestiegen, Pandemiepläne kosten Geld. Auch weitere Kostensteigerungen auf der Molkereiseite sind feststellbar, ähnlich wie auf den landwirtschaftlichen Betrieben.

Was kann getan werden?

- 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. 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.
- Wenn über mengenbeschränkende Maßnahmen nachgedacht wird, muss auch erläutert werden, wer denn weniger produzieren soll. Für entsprechende Ansätze sind politische Mehrheiten auf europäischer Ebene zu finden, die im Moment nicht erkennbar sind. Zudem besteht das Problem, dass bei einer Reduktion der Milchmenge in Europa andere Erzeugungsregionen ihre Produktion ausdehnen.
- Exporte sind zu fördern, Märkte zu sichern und zu erschließen. Gerade die aktuellen Handelskriege schaden der Milchvermarktung.
- 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.
- Mit innovativen Lösungen, durch Generieren eines Mehrwertes für unsere Milch, durch die Erschließung neuer Absatzmärkte kann mehr Wertschöpfung erzielt werden.

Wir von Karwendel werden weiterhin auf einen engen Austausch mit unseren Lieferanten setzen und uns für die Wertschätzung der Betriebe und der Erzeugnisse einsetzen.

Bei weiteren Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen  
Ihre Karwendel-Werke

ppa. Tobias Hangel  
i.V. G. Köbel