

# Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse im Jahr 2012

Markus Fahlbusch, Nina Steffen, Achim Spiller, Anneke Hellberg-Bahr und Bernhard Brümmer  
Georg-August-Universität Göttingen

## 1 Einleitung

Das vergangene Jahr wurde von den Vereinten Nationen als Internationales Jahr der Genossenschaften ausgerufen, um auf die Bedeutung dieser Institution für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung aufmerksam zu machen (DGRV, 2012). In der deutschen und europäischen Milchwirtschaft haben sich Genossenschaften eine dominierende Position erarbeitet (48 verarbeitende Unternehmen in Deutschland (DRV, 2012: 32)). Beispiele für große europäische Molkereigenossenschaften sind das Deutsche Milchkontor (DMK) (D), Arla Foods (DK/SE) oder FrieslandCampina (NL). Aber auch weltweit existieren große Molkereigenossenschaften, wie z. B. Fonterra (NZ) oder die Dairy Farmers of America (USA). Während die deutschen genossenschaftlichen Molkereien vornehmlich auf dem nationalen Markt agieren oder Exportstrategien forcieren, zeigen FrieslandCampina und Arla Foods ein hohes Ausmaß an Direktinvestitionen im Ausland.

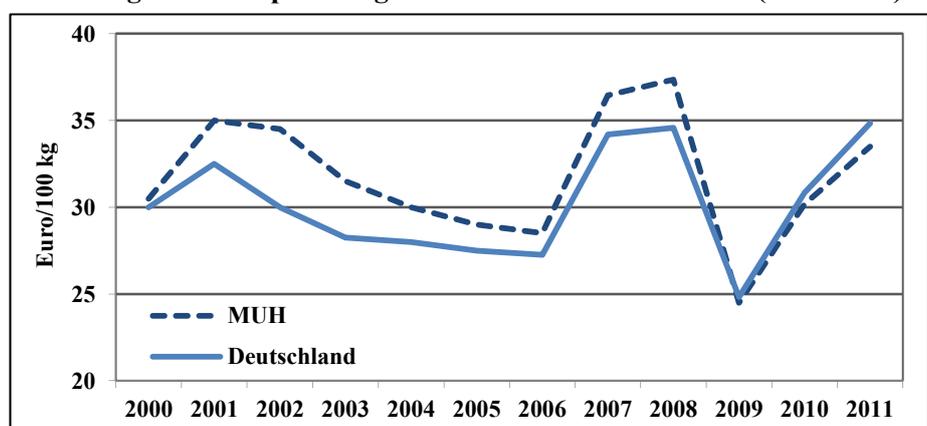
Deutsche Genossenschaftsmolkereien konzentrieren sich regelmäßig auf die Produktion von Standardprodukten sowie Handelsmarken und streben eine Kostenführerschaft an. Der Innovationserfolg genossenschaftlicher Molkereien ist entsprechend gering (THIELE und MEYN, 2013). Ein prominentes Beispiel für die angesprochene Kostenführerschaftsstrategie stellte in der Vergangenheit die Milchunion Hocheifel (MUH) dar. Der MUH gelang es durch die Konzentration auf das H-Milchsegment und Handelsmarken besonders günstige Kostenstrukturen aufzubauen und ihren landwirtschaftlichen Anteilseignern – im Verhältnis zur Konkurrenz – über Jahre gute Milchpreise auszuzahlen.

Seit 2009 ist die bis dato erfolgreiche Strategie der MUH unter Druck geraten. Die Erzeugerpreise gingen im Vergleich zum Wettbewerb zurück (Abbildung 1). Ansteigende Milchmengen konnten nicht mehr zu Preisen ver-

marktet werden, die ein überdurchschnittliches Auszahlungspreisniveau ermöglichten. Die verarbeitete Milchmenge nahm im Zeitraum von 2002 bis 2010 um 72,2 % zu (MUH, 2012; eigene Berechnung). Da gleichzeitig andere Wettbewerber in das stagnierende H-Milchsegment investierten, zeigten sich Elemente eines Preiskrieges, der das Rentabilitätsniveau bei einem hochspezialisierten Unternehmen wie der MUH gefährdete.

Im Ergebnis fusionierte die MUH zum 01. Oktober 2012 mit Arla Foods (LZNET, 2012a). Zusammen verfügen beide Unternehmen über relativ komplementäre Produktionsprogramme, ein breites Portfolio von Marken und Handelsmarkenkontrakten sowie eine starke Position in Skandinavien, Großbritannien, den Niederlanden und Deutschland, sodass eine größere Risikostreuung bei Schwankungen in der Rentabilität verschiedener Verwertungsrichtungen gewährleistet ist. Letztlich zeigt das Beispiel der MUH die strategischen Schwächen vieler deutscher genossenschaftlichen Molkereien, die – nicht zuletzt aufgrund von Bedenken ihrer landwirtschaftlichen Anteilseigner (HELLBERG-BAHR et al., 2012a) – bisher nicht hinreichend internationalisiert und diversifiziert sind. Die ökonomische Forschung zu den Schwächen der genossenschaftlichen Rechtsform verweist hier auf kurzfristige Planungshorizonte und fehlende Anreize für langfristige Investitionen in den Unternehmenswert (EBENDA, 2012a). Die Fusionsfälle des Jahres 2012

Abbildung 1. Milchpreisvergleich MUH und Deutschland (2000-2011)



Quelle: 2000-2006: 3,7% Fett; 3,4 % Eiweiß (in Anlehnung an ELITE, 2010); 2007-2011: 4,0 % Fett, 3,4 % Eiweiß (MUH, 2012)

zeigen gleichzeitig eine Stärke der Genossenschaften, die durch Fusionen ohne größeren Kapitaleinsatz Wachstumsprozesse realisieren können. Eine zentrale Herausforderung der nächsten Jahre wird die konsequente Umsetzung dieser Wachstumserfolge in kapitalintensivere Strategien der Internationalisierung (Direktinvestitionen im Ausland), Innovation, Markenpflege oder Nachhaltigkeitskonzepte sein.

## 2 Entwicklungslinien in der Wertschöpfungskette für Milchprodukte in Deutschland

Das Grundmodell der Wertschöpfungskette Milch besteht aus vier Stufen: (1) Konsumenten, (2) Lebensmitteleinzelhandel (LEH), (3) Molkereien und (4) Milchherzeuger. Im Folgenden werden die Entwicklungen auf diesen Stufen der Wertschöpfungskette Milch im vergangenen Jahr betrachtet. Der landwirtschaftlichen Stufe sind verschiedene zuliefernde Unternehmen (z. B. Landhandel, Futtermittelindustrie, Landtechnik, Melktechnik) vorgelagert. Außerdem ergänzen verschiedene Zwischenstufen die Kette, auf die in diesem Beitrag jedoch nicht näher eingegangen wird (Abbildung 2).

**Tabelle 1. Verbrauch je Kopf (kg)**

	2000	2010	2011*	Veränderung (%) 2010/11	Veränderung (%) 2000/11
Frismilcherzeugnisse	91,5	89,7	90,5	+0,9	-1,1
Käse	21,0	22,9	23,1	+0,9	+10,0
Butter und Milchfetterzeugnisse	6,8	5,8	5,9	+1,7	-13,2
<b>Gesamt</b>	<b>119,3</b>	<b>118,4</b>	<b>119,5</b>	<b>+0,9</b>	<b>+0,2</b>

\*vorläufig

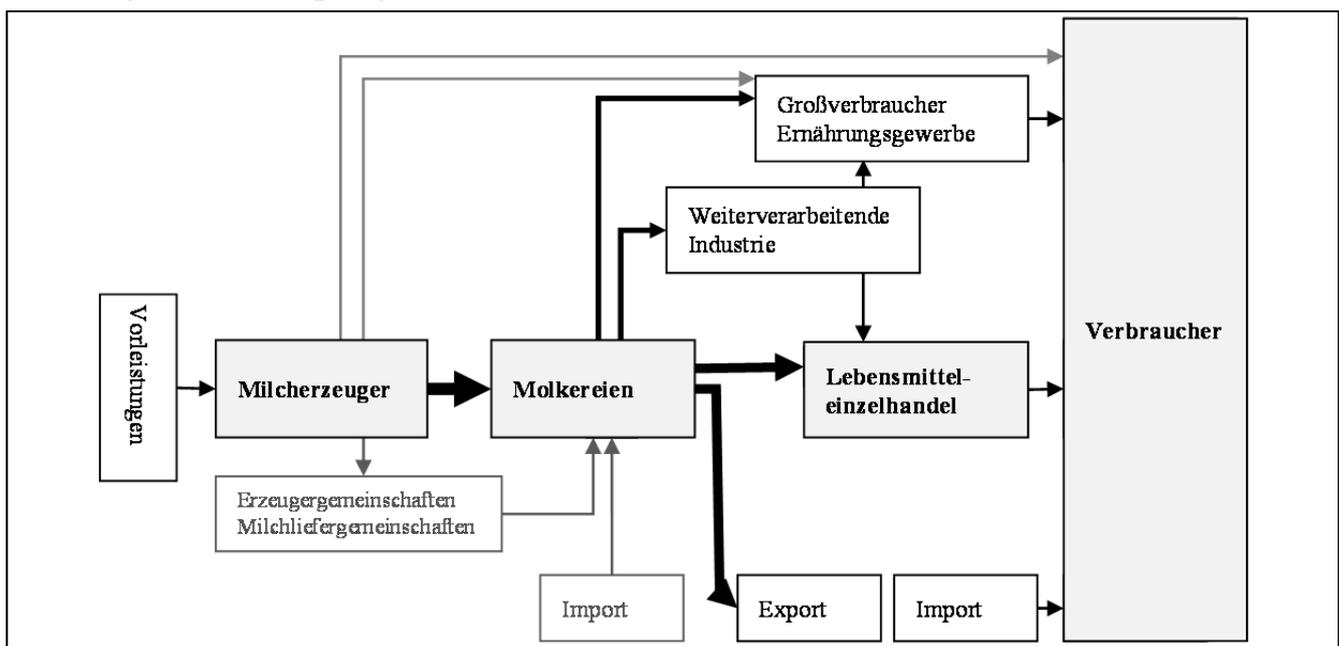
Quelle: MIV (2012b: 12), eigene Berechnung

### 2.1 Konsumenten

Der Verbrauch an Milchprodukten in Deutschland teilt sich zu 62,5 % in inländische und zu 37,5 % in importierte Produkte auf (MIV, 2011). Jeder der 81,8 Mio. Verbraucher konsumierte im Jahr 2011 durchschnittlich 119,5 kg Milchprodukte (90,5 kg Frismilcherzeugnisse, 23,1 kg Käse, 5,9 kg Butter; Tabelle 1) (MIV, 2012a: 12f.). Dies entspricht einem Gesamtverbrauch von 9,7 Mio. t. Milchprodukten. Insgesamt ist der Verbrauch von Milcherzeugnissen in den letzten Jahren weitgehend konstant geblieben (+0,2 % von 2000-2011) (MIV, 2012a: 12; eigene Berechnung).

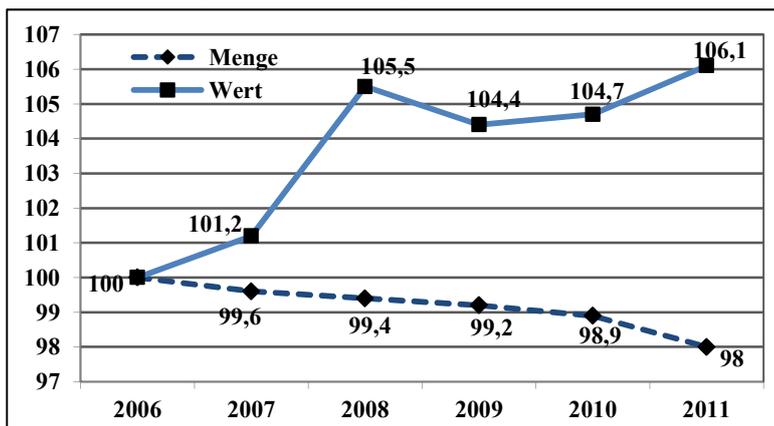
Die Konsumausgaben der privaten Haushalte für Molkereiprodukte und Eier lagen 2009 bei 19,97 Mrd. Euro. Im Zehnjahreszeitraum (1999-2009) kam es zu einem durchschnittlichen jährlichen (nominalen) Zuwachs der Ausgaben für Molkereiprodukte und Eier um 2,9 % (DESTATIS, 2013a; eigene Berechnung).

**Abbildung 2. Wertschöpfungskette Milch**



Quelle: eigene Darstellung

**Abbildung 3. Mengen- und Wertentwicklung im Segment Fast Moving Consumer Goods in Deutschland (Index 2006=100)**



Quelle: GfK (2012a: 2)

Die GfK zeigt auf Basis ihres Haushaltspanels (n=30 000) einen Rückgang der Nachfrage nach Fast Moving Consumer Goods (im Wesentlichen Lebensmitteln) in fünf Jahren (2006-2011) um 2 % (Abbildung 3), wobei die Nachfrage nach Molkereiprodukten überproportional um 3,7 % gesunken ist. Gründe für den inhäusigen Nachfragerückgang sind der häufigere Außerhaus-Konsum vor allem jüngerer Konsumentengruppen aufgrund hoher Mobilitäts- und Flexibilitätsanforderungen im Beruf sowie ein bewussterer Lebensmittelkonsum (GfK, 2012a: 2).

Wachstum in der Milchwirtschaft bedeutet daher zukünftig immer stärker qualitatives Wachstum (oder Export). Verschiedene Studien weisen darauf hin, dass sich der Anteil der qualitätsorientierten Käufer in Deutschland langsam erhöht (NESTLE, 2012: 3ff.). Allerdings hat die deutsche Milchindustrie bisher ihren strategischen Schwerpunkt im Bereich der Kostenführerschaft (Produktion von Handelsmarken und Standardprodukten, s. o.), sodass Kunden zunächst durch Marketingkonzepte für neue Qualitätssegmente gewonnen werden müssen. In vielen Fällen müssen dabei Vertrauens- und Prozesseigenschaften, die vom Verbraucher nicht selbst verifiziert werden können und deren Definitionen nicht selten strittig sind, kommuniziert werden. Die o. g. NESTLE-STUDIE (2012) weist einen Anteil von nur 17 % der deutschen Verbraucher aus, die Vertrauen in die Qualitätsaussagen von Herstellern haben. Dabei ist das Wissen der Konsumenten nicht selten begrenzt. So ergab eine repräsentative Erhebung im Auftrag der LANDESVEREINIGUNG DER BAYERISCHEN MILCHWIRTSCHAFT durch das Marktforschungsinstitut Emnid, dass nur ein Drittel der Probanden den Begriff H-Milch richtig zuord-

nen konnte, mehr als die Hälfte vermutet, dass es sich um homogenisierte Milch handelt. Weiterhin konnten lediglich 16 % der Befragten den Prozess der Homogenisierung erklären. Ferner wussten nur wenige Konsumenten, woran sie die Herkunft eines Milcherzeugnisses zutreffend erkennen können (LANDESVEREINIGUNG DER BAYERISCHEN MILCHWIRTSCHAFT, 2012).

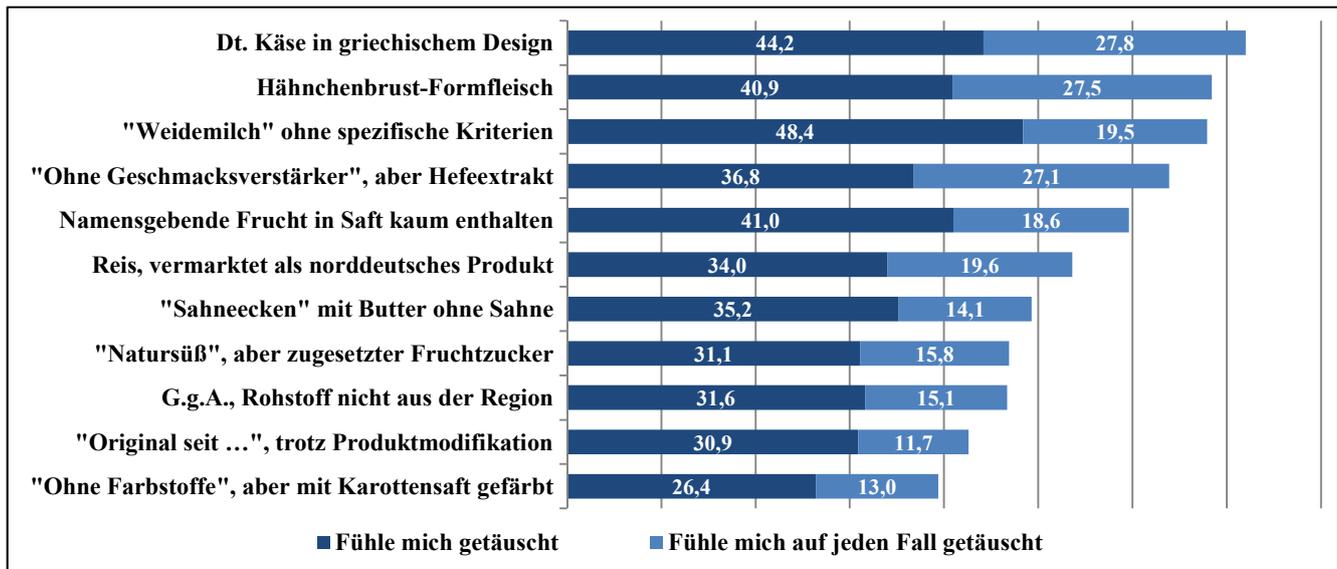
In einer eigenen Studie wurden Konsumenten verschiedene umstrittene Kennzeichnungen mit einer Erläuterung der Hintergründe (Pro- und Contra-Darstellungen von Herstellern bzw. Verbraucherverbänden) vorgelegt. Die Probanden wurden aufgefordert, sich zunächst die jeweiligen Hintergrundinformationen sowie Pro- und

Contra-Argumente anzusehen und anschließend ihre eigene Einschätzung abzugeben. Die Beispiele aus der Milchwirtschaft (Käse in griechischem Design, Weidemilch, Sahnecken) weisen ein relativ hohes Täuschungsempfinden auf (Abbildung 4). Beim Beispiel Weidemilch fühlen sich relativ viele Verbraucher getäuscht, wenn der Hersteller nicht garantiert, dass tatsächlich alle Kühe Weidezugang haben, sondern als Argument für die Bezeichnung angibt, dass in der Produktionsregion noch relativ viele Landwirte Weidehaltungssysteme aufweisen (ZÜHLSDORF und SPILLER, 2012).

In einer Analyse im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) vom Jahresbeginn 2013 wurde als weiteres Beispiel für die Problematik die Verbraucherauffassung von Alpenmilch erhoben, eine Bezeichnung, die bisher keinen gesetzlichen Schutz aufweist. Im Ergebnis plädieren die meisten Verbraucher für eine relativ enge Abgrenzung der Gebietskulisse. 62 % der Befragten verstehen unter diesem Begriff ein Produkt aus den Alpen bzw. dem Voralpenland. Auch gehen die meisten Konsumenten davon aus, dass es sich nicht um eine substanzlose Werbeaussage handelt. Molkereien, die den Begriff Alpenmilch bisher als reinen Werbeclaim nutzen, tragen zur Verbraucherverwirrung bei (Tabelle 2).

Viele Begriffe wie Weide- oder Alpenmilch, Klimaschutz, Tierwohl usf. sind bisher nicht rechtlich geschützt und entsprechend strittig. Eine Ausnahme bildet der Begriff Berglandwirtschaft. In der EU-Verordnung Nr. 1151/2012, die am 03.01.2013 in Kraft getreten ist, wird die Bezeichnung Bergerzeugnisse eingeführt (EU-KOMMISSION, 2012a; PROPLANTA, 2013). Es wird auf die EU-VO-1257/1999 und damit

Abbildung 4. Täuschungsempfinden deutscher Verbraucher (n=750)



Quelle: ZÜHLSDORF und SPILLER (2012: 5)

Tabelle 2. Verbraucherverständnis der Bezeichnung Alpenmilch in D 2012 (n=1021) (%)

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Alpenmilch“, dass...	Ja, auf jeden Fall	Ja	Bin mir unsicher	Nein	Nein, auf keinen Fall
...die Kühe regelmäßig auf die Weide kommen.	14,7	41,7	21,7	16,8	5,0
...die Molkerei, die die Milch verarbeitet, ihren Sitz im Alpenraum hat.	18,3	48,1	17,6	13,3	2,6
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit den Alpen nichts zu tun.	8,0	19,7	20,6	38,4	13,3

Quelle: eigene Erhebung

auf Höhenlage und Hangneigung verwiesen. Rund 17 % der EU-Agrarfläche zählen als Berggebiet; dort werden ca. 29 % der Milchkühe gehalten (EU-KOMMISSION, 2005: 8). Dies spricht für eine eher weite Definition. Insgesamt nahmen im Jahr 2012 verschiedene Differenzierungssegmente (bio, laktosefrei, regional, Tierwohl) an Relevanz zu. So konnte z. B. GVO-freie Milch deutlich an Marktanteilen gewinnen und umfasste im Jahr 2012 bspw. ca. 17,5 % der von bayerischen Molkereien erfassten Milchmenge (HUBER, 2012: 73).

## 2.2 Lebensmitteleinzelhandel

Aufgrund seiner hohen Konzentration nimmt der LEH eine herausragende Stellung als Abnehmer der Molkereien ein. An den LEH werden 38 % der Milchprodukte vermarktet (MIV, 2011). Die TOP-5-Handelsunternehmen (Edeka, Rewe, Schwarz, Aldi, Metro) vereinen 77,5 % des Gesamtumsatzes auf sich (AXEL SPRINGER AG, 2012: 2, 5; eigene Berechnung). Weiterhin ist der hohe Umsatzanteil der Discounter (43,4 % in 2011 (GFK, 2012b: 3)) charakteristisch für

den deutschen LEH. Der bis 2008 beobachtete Trend des wachsenden Discountanteils ist jedoch gebrochen. Seit 2009 gewinnen die Vollsortimenter (Super- und Verbrauchermärkte) Umsatzanteile (24,9 % in 2011) (GFK, 2012b: 3; 2011: 2). Die Renaissance der Qualitätssegmente (vgl. HELLBERG-BAHR et al., 2012b) zeigt auch der GPRA-Vertrauensindex, der den Lebensmittelketten Edeka (87 %) und Rewe (83 %) das höchste Vertrauen seitens der Konsumenten bescheinigt. Die „klassischen“ Discounter Aldi und Lidl rangieren auf den Plätzen 3 (81 %) und 6 (68 %). Das geringste Vertrauen wird den Discountern Penny und Norma entgegengebracht (GPRA und TNS-EMNID, 2011) (vgl. Tabelle 3).

Diesem Trend entsprechend konnten die Vollsortimenter im vergangenen Jahr die größten Umsatzsteigerungen (Januar–Oktober) (Veränderung zum Vorjahreszeitraum: +4,5 %) verzeichnen. Die Discounter legten im selben Zeitraum um 1,8 % zu. Sowohl die SB-Warenhäuser (-0,7 %) als auch die Drogeriemärkte (-0,2 %) verloren Umsatzanteile (GFK, 2012b: 3).

**Tabelle 3. GPRA-Vertrauensindex**

Nr.	Unternehmen	Vertrauensindex (%)
1	Edeka	87
2	Rewe	83
3	Aldi	81
4	Real	69
5	Toom	68
6	Lidl	68
7	Kaufland	68
8	Netto	63
9	Penny	57
10	Norma	54

Quelle: GPRA und TNS-EMNID (2011)

Der Umsatz des LEH wird für das Jahr 2012 auf 159,5 Mrd. Euro (+1,7 % zum Vorjahr) geschätzt (AXEL SPRINGER AG, 2012: 2; eigene Berechnung). Mit Milchprodukten (weiße Linie, gelbe Linie, Speiseeis) wurde ein Umsatz von 15 364,0 Mio. Euro erzielt, das entspricht 9,8 % am Gesamtumsatz des LEH (AXEL SPRINGER AG, 2012: 2; NIELSEN, 2012: 23; eigene Berechnung). Zwar konnten alle Mopro-Warengruppen ihre nominalen Umsätze steigern, nur die gelbe Linie konnte jedoch sowohl im Verhältnis zum Vorjahr als auch längerfristig reale Umsatzzuwächse erzielen (Tabelle 4).

Eine bisher unveröffentlichte Studie der Universität Göttingen gibt Aufschluss darüber, inwieweit die Verteilung der Verbraucherausgaben auf die Wertschöpfungskette eingeschätzt werden kann und welche Verteilung als fair empfunden wird. Dazu sollten Verbraucher und Landwirte angeben, welchen Anteil der Konsumausgaben ihrer Meinung nach bei den Landwirten, den Molkereien und dem LEH „ankommt“ und welche Verteilung in ihrer Wahrnehmung fair wäre.

Nach Angaben des Thünen-Instituts erhalten Milcherzeuger derzeit 38,8 % der Verbraucherausgaben für Frischmilch (THÜNEN-INSTITUT, o.J.). Sowohl die befragten Verbraucher (24,6 %) als auch die Landwirte (30,0 %) schätzen dies deutlich geringer ein. Die Probanden würden es als fair empfinden, wenn die Landwirte knapp die Hälfte der Konsumaus-

gaben erwirtschaften würden (Verbraucher: 45,1 %; Landwirte: 47,9 %). Alle Befragten vermuten, dass die Molkereien ca. 30 % erhalten. Im Rahmen einer fairen Verteilung würden sie der Molkerei nur geringfügig weniger geben. Weiterhin schätzen sie, dass der LEH etwa 40 % bekommt, was sie als zu viel empfinden, sie würden ihm 25 % zugestehen (Abbildung 5). Die Ergebnisse zeigen, dass Verbraucher und Landwirte – letztere aber nicht so stark – den Milcherzeugeranteil unterschätzen. Bei der fairen Verteilung der Konsumausgaben sind sich Milcherzeuger und Landwirte einig: Knapp die Hälfte der Wertschöpfung sollten die Milcherzeuger erhalten, ein gutes Viertel die Molkereien und ein knappes Viertel der LEH. Nachdem die Probanden erfahren haben, dass der Milcherzeugeranteil bei 38,8 % liegt, empfinden dies 28,9 % der Konsumenten als unfair und sehr unfair, bei den Landwirten sind dies 49,7 % (BUSCH et al., 2013). Die Ergebnisse bestätigen das bei Verbrauchern wie Landwirten verankerte Image der Milcherzeuger als „Opfer des LEH“.

### 2.3 Molkereiwirtschaft

Die Konzentration in der Molkereiwirtschaft steigt. Im Jahr 1990 gab es 360 Molkereien, die Zahl sank auf 100 Unternehmen mit 234 Betriebsstätten im Jahr 2008 (DBV, 2009: 32). Auch in den Folgejahren hat sich die Anzahl durch weitere Fusionen reduziert. So wurden im Jahr 2011 noch 195 Betriebsstätten verzeichnet (MIV, 2012b). Die Fusion von Humana Milchunion und Nordmilch im Jahr 2010 hat zu einer Bündelung von 6,9 Mio. t Milch geführt (DMK, 2012). WEINDLMAIER (2012a, 2012b) zeigt, dass sich seit der Jahrtausendwende die Zahl der jährlichen Konsolidierungen deutlich erhöht hat. Zu Beginn des Jahrtausends wurden pro Jahr durchschnittlich zwei Fusionen und/oder Akquisitionen durchgeführt. Im vergangenen Jahr wurden bis November bereits 13 Unternehmenszusammenschlüsse gemeldet (WEINDLMAIER, 2012a, 2012b).

Die Strukturveränderungen der deutschen Milchindustrie spiegeln sich auch in den Umsatz- und Produktionsrankings der TOP 10 wider (Tabelle 5). Be-

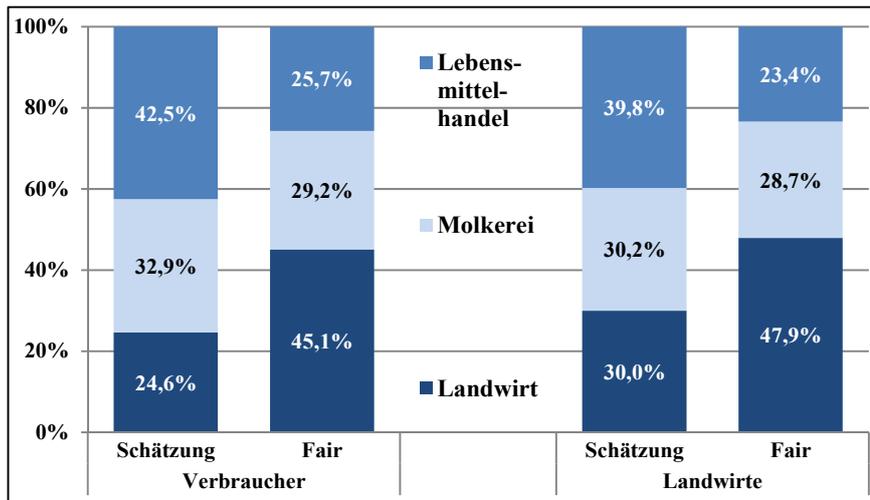
**Tabelle 4. Umsätze des LEH mit Molkereiprodukten (Mio. Euro)**

Warengruppe	2005 <sup>1</sup>	2010 <sup>2</sup>	2011 <sup>2</sup>	Veränderung (%) 2010/11	Nominaler Zuwachs (2005-2011)
Weißer Linie	7 250,8	7 445,0	7 551,0	+1,4	+4,1
Gelbe Linie	5 630,5	6 323,0	6 685,0	+5,7	+18,7
Speiseeis	1 002,7	1 112,0	1 128,0	+1,4	+12,5
Gesamt	13 884,0	14 880,0	15 364,0	+3,3	+10,7

<sup>1</sup> inkl. Aldi und Drogeriemärkte; <sup>2</sup> LEH ≥ 100 m<sup>2</sup> inkl. Aldi, Lidl, Norma und Drogeriemärkte

Quelle: DESTATIS (2013b), NIELSEN (2006: 34), NIELSEN (2011: 23), NIELSEN (2012: 23), eigene Berechnung

**Abbildung 5. Wer bekommt welchen Anteil der Konsumausgaben für Frischmilch?**



Quelle: BUSCH et al. (2013)

sonders hervorzuheben ist der Aufstieg von Arla Foods in die TOP-10-Rankings auf Platz 4 (Umsatz) und Platz 2 (Produktion), wenn auch mit erheblichem Abstand zur größten Molkerei DMK (MIV, 2012c). An dieser Stelle sei auf die Fusion von Arla Foods mit der Hansa-Milch (Anfang 2011) und der Milch-Union Hocheifel (in Kraft getreten am 01. Oktober 2012) (LZNET, 2012a) sowie auf die Akquisition von All-

gäuland durch Arla Foods hingewiesen (LZNET, 2011).

Ansonsten befinden sich unter den zehn größten Unternehmen nach Umsatz dieselben Molkereien wie 2008. Es haben nur geringe Platzverschiebungen stattgefunden. So kann z.B. die Genossenschaft Bayernland einen Platz, die Privatmolkerei Meggle zwei Plätze aufholen. Ebenfalls leichte Veränderungen erfolgten im Produktionsranking, in dem durch die o.g. Fusionen und Akquisitionen Plätze freigegeben sind. Neben Arla Foods rücken die Molkereien Omira (6), Zott (7) und Meggle (10) in das TOP-10-Ranking auf. Die Molkerei Ammerland steigt von Platz 8 auf 5, die BMI-Gruppe und die Molkerei Rücker gewinnen je einen Platz und befinden sich nun auf den Plätzen 8 und 9. Nicht mehr im Ranking der zehn Molkereien mit der höchsten Milchverarbeitung sind der Uelzena Konzern und FrieslandCampina (Tabelle 5) (MIV, 2010, 2012c; LZNET, 2012b, 2012c).

**Tabelle 5. Top 10 der Milchverarbeiter**

Nr. 2008	Umsatzranking	Umsatz 2008 (Mio. Euro)	Nr. 10/11	Umsatzranking	Umsatz 2010/11 (Mio. Euro)
1	Nordmilch Konzern	2 500	1	DMK	4 600
1	Humana Gruppe	2 301	2	Müller Gruppe <sup>1</sup>	1 700
2	Müller Gruppe	1 768	3	FrieslandCampina <sup>1</sup>	1 320
3	FrieslandCampina	1 482	4	Arla Foods	1 303
4	Hochwald	1 170	5	Hochwald	1 194
5	Hochland	1 100	6	Bayernland	1 146
6	Bayernland	1 000	7	Hochland	1 110
7	Zott	790	8	Meggle	900
8	Ehrmann Konzern	664	9	Zott	815
9	Meggle	635	10	Ehrmann	685

Nr. 2008	Produktionsranking	Milchmenge 2008 (Mio. kg)	Nr. 10/11	Produktionsranking	Milchmenge 2010/11 (Mio. kg)
1	Nordmilch Konzern	4 100	1	DMK	6 900
2	Humana Gruppe	3 000	2	Arla Foods	2 489
3	Müller Gruppe	2 150	3	Müller Gruppe	2 400
4	Hochwald	1 900	4	Hochwald	2 047
5	Milchunion Hocheifel	1 078	5	Molkerei Ammerland	1 077
6	FrieslandCampina	983	6	Omira	952
7	Uelzena Konzern	962	7	Zott	852
8	Molkerei Ammerland	957	8	BMI Guppe	807
9	BMI Gruppe	892	9	Rücker	800
10	Rücker	850	10	Meggle	750

<sup>1</sup> geschätzt 2011 in Deutschland

Quelle: MIV (2010, 2012c), LZNET (2012b, 2012c)

Die an Molkereien gelieferte Milchmenge belief sich 2012 voraussichtlich auf 29 980 Mio. kg (2011: 29 765 Mio. kg) (MIV, 2012a: 12), während der Umsatz der Milchindustrie 24,2 Mrd. Euro im Jahr 2011 betrug (DESTATIS, 2012a). 2011 vereinten die fünf umsatzstärksten Molkereien, von denen vier genossenschaftlich organisiert sind (DMK, Arla Foods, Friesland-Campina, Hochwald), 41,8 % des Umsatzes (48,8 % der Menge). Die fünf absatzstärksten Molkereien verarbeiteten zusammen 50,1 % der deutschen Milchmenge (DESTATIS, 2012a, MIV, 2012c, 2012a: 12, eigene Berechnung). Im Ranking der weltweit größten Molkereien sind neben den deutschen Molkereien DMK (13) sowie Müller (18) weitere europäische Molkereien, die auch in Deutschland agieren, vertreten: Danone (FR) (2), FrieslandCampina (NL) (5) und Arla Foods (8) (DK/SE) (RABOBANK, 2012).

Seitens des DMKs wurde im vergangenen Jahr ein weiterer Schritt zur Verschmelzung der beiden Muttergesellschaften unternommen. So haben sich im Juni 2012 Vertreter der Humana Milchunion eG (98,2 %) und der Nordmilch eG (einstimmig) für eine Fusion der Genossenschaften zum Deutschen Milchkontor eG ausgesprochen (LZNET, 2012d). Weitere Übernahmen erfolgten zum Beispiel durch den Kauf des Babykost-Herstellers Sunval (rückwirkend zum 01. Januar 2012) (LZNET, 2012e) sowie durch die – Anfang des Jahres als Tochtergesellschaft des DMKs gegründete – DMK Eis GmbH, die den Handelsmarkenproduzenten Rosen Eiskrem übernahm (LZNET, 2012f). Im Durchschnitt sind die Deutschlandumsätze der Top-100-Lieferanten des Handels um 4,9 % gewachsen. In diesem Ranking rückt das DMK mit einem um 15 % gestiegenen Deutschlandumsatz auf Platz 3 vor (LZNET, 2012g). Weitere Unternehmen dieses Rankings, die den Handel mit Molkereiprodukten beliefern, werden in Tabelle 6 präsentiert.

Neben Wachstumsstrategien (Fusionen und Akquisitionen) können auch andere Formen der strategischen Ausrichtung die Rentabilität von Molkereiunternehmen sichern. Die Privatmolkerei Rücker entschied sich für Investitionen in den Markenaufbau. Bis Anfang 2013 soll das neue Markendesign im nationalen LEH erfolgt sein. Handelsmarken und das Preiseinstiegssegment bleiben allerdings die Basis des Geschäfts (LZNET, 2012h).

Im Januar 2012 veröffentlichte das Bundeskartellamt den Endbericht der Sektoruntersuchung Milch.

**Tabelle 6. Top-100-Lieferanten des LEH (molkereispezifischer Ausschnitt)**

Nr.	Molkerei	Umsatz D 2011 (Mio. Euro)	Veränderung zum Vorjahr (%)
3	DMK	3 220*	+15,00
15	Müller Gruppe	1 700*	+3,03
21	FrieslandCampina	1 317	+2,33
26	Bayernland Gruppe	962*	+0,21
29	Danone Gruppe <sup>1</sup>	890	-3,20
32	Hochwald	806	+7,47
37	Arla Foods <sup>2</sup>	724*	+77,02
53	Zott	500*	+4,17
55	Hochland	493	+2,71
59	Meggle	440	+4,76
65	Lactalis	420*	+5,00
69	Bongrain	390	+6,27
71	Milchunion Hocheifel	386	+0,26
76	Ehrmann	350*	+2,94
87	Fromageries Bel	291	+16,40
90	Ammerland	290*	+11,54
91	Frischli	290*	+11,54

<sup>1</sup> inkl. Danone Waters und Milupa; <sup>2</sup> Übernahme Hansa-Milch, Allgäu-land; \* geschätzt  
Quelle: LZNET (2012g)

Hinsichtlich des Beschaffungsmarktes hat das Bundeskartellamt u. a. den Erfassungsradius der deutschen Molkereien ermittelt. Im Durchschnitt holen die Molkereien Milch bei Landwirten in einer Entfernung von bis zu 170 km ab, wobei einzelne Molkereien inzwischen ihr Abholgebiet auf bis zu 425 km erweitert haben (BUNDESKARTELLAMT, 2012: 25f.). Betriebswirtschaftlich rechnet sich dies nur bei Vollausslastung von Tankzügen und mehrtägigen Abholrhythmen. Durch eine mehrtägige Milcherfassung können größere Beschaffungsradien realisiert werden, welche die individuellen Absatzalternativen der Milcherzeuger erhöhen und so ihre Wettbewerbsposition stärken. Weitere Wettbewerbsvorteile können durch Wachstum der Erzeugerbetriebe, Konzentration der Erzeugerebene (Wachstum der Milcherzeugergemeinschaften) sowie die Stärkung der genossenschaftlich organisierten Molkereien generiert werden. Außerdem ermöglichen differenzierte Rohmilchqualitäten (z. B. Heumilch) eine bessere Positionierung der Milcherzeuger.

Hingegen bewertet das Bundeskartellamt den Konzentrationsprozess der Molkereien in Hinblick auf den Beschaffungsmarkt als kritisch. Es wird befürchtet, dass es in einigen Regionen bei weiteren Konzentrationen zu marktbeherrschenden Positionen gegenüber der Landwirtschaft kommen kann (BUNDES-

**Tabelle 7. Ausgewählte Kriterien der vertikalen Wettbewerbsposition zwischen Molkereien und Landwirten**

Wettbewerbsstärkung der Milcherzeuger	Wettbewerbsstärkung für Molkereien
Ausweitung der Beschaffungsradien der Molkereien	Konzentration im Molkereisektor
Längere Abholrhythmen (3-tägig)	Wegfall der Quotenregelung
Wachstum landwirtschaftlicher Betriebe	Erhöhung der Wechselkosten der Landwirte (Eintrittsgebühren, Treueboni usw.)
Wachstum von Erzeugergemeinschaften	Beschaffungsk Kooperationen von Molkereien
Stärkung genossenschaftlicher Molkereien	Ausweitung des Intra-Molkerei-Handels
Differenzierte Rohmilchqualitäten	

Quelle: eigene Darstellung

KARTELLAMT, 2012: 28). Der Wegfall der Milchquotenregelung kann je nach Anschlussregelungen (weiterhin vollständige Abnahme der angelieferten Milchmenge, Mengenregelung in Anlehnung an historische Liefermengen, Mengenregelung in Abhängigkeit der Absatzmöglichkeiten) die Wettbewerbsposition der Molkerei stärken. Weiterhin verbessern Molkereien ihre Wettbewerbsposition durch die Erhöhung der Wechselkosten der Landwirte, indem sie Eintrittsgelder erheben oder z. B. Mengenboni nicht zahlen (EBENDA: 41). Beschaffungsk Kooperationen oder eine gezieltere Auslastung der Kapazitäten durch Milchaustauschverträge können ebenfalls positiv auf die Wettbewerbsposition wirken (EBENDA: 29). Eine Zusammenfassung der Wettbewerbsauswirkungen findet sich in Tabelle 7.

Auf Seite des Absatzmarktes wird das Machtgefälle zwischen Molkereien und LEH in der Sektoruntersuchung betrachtet. Als die Marktposition der Molkerei beeinflussende Faktoren identifiziert das Bundeskartellamt die Höhe der Lieferanteile mit den einzelnen Unternehmen des LEHs, das Produktportfolio und die Vertriebsalternativen (EBENDA: 85ff.; 98f.; 126).

Das Bundeskartellamt diskutiert vor allem das hohe Ausmaß an Markttransparenz durch Marktinformationssysteme, die aktuelle und molkeispezifische Erzeugerpreise veröffentlichen (EBENDA: 49-70), da diese eine Vereinheitlichung der Milcherzeugerpreise durch Molkereien, die regional miteinander im Wettbewerb stehen, vereinfacht. Gleichzeitig stehen damit die von einigen Molkereien eingesetzten Referenzpreissysteme in der Kritik. Das Bundeskartellamt plant daher das Verbot von monatlichen Milchpreisvergleichen auf Unternehmensebene (LZNET, 2012i). Dass es nicht zielführend sei, „die von landwirtschaftlicher Seite gegen den Widerstand vieler Molkereien realisierten Marktinformations-

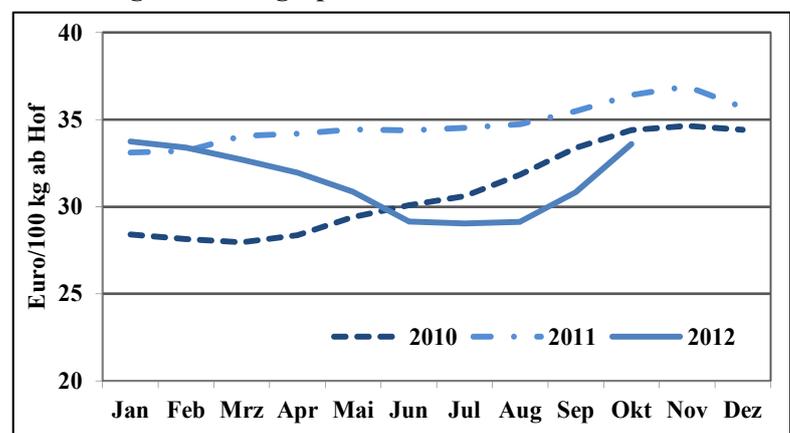
systeme“ zu verbieten, diskutieren BRÜMMER et al. (2011).

## 2.4 Landwirtschaft

Der positive Trend der Milcherzeugerpreise des Jahres 2011 konnte 2012 nicht fortgesetzt werden. Das Jahr 2012 startete mit Milchpreisen von 33,8 Cent je kg Milch niedriger, als das Vorjahr abschloss (35,7 Cent je kg Milch). Bis Juli wurden sinkende Milcherzeugerpreise verzeichnet. Ab August erholte sich der Milchpreis. Im Oktober lag dieser bei 33,6 Cent je kg Milch, der hohe Vorjahreswert konnte jedoch nicht erreicht werden (Abbildung 6) (EU-KOMMISSION, 2012b). Im Durchschnitt lagen die monatlichen Milcherzeugerpreise 2012 (Januar–Oktober) 3 Cent je kg Milch unter den Preisen des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Vor dem Hintergrund gestiegener Futtermittelpreise (AGRARZEITUNG ONLINE, 2012a, 2012b, 2012c) entstand ein finanzieller Druck auf den landwirtschaftlichen Betrieben, der mit dem der Niedrigpreisphase 2008/2009 vergleichbar ist (Kapitel 3.2).

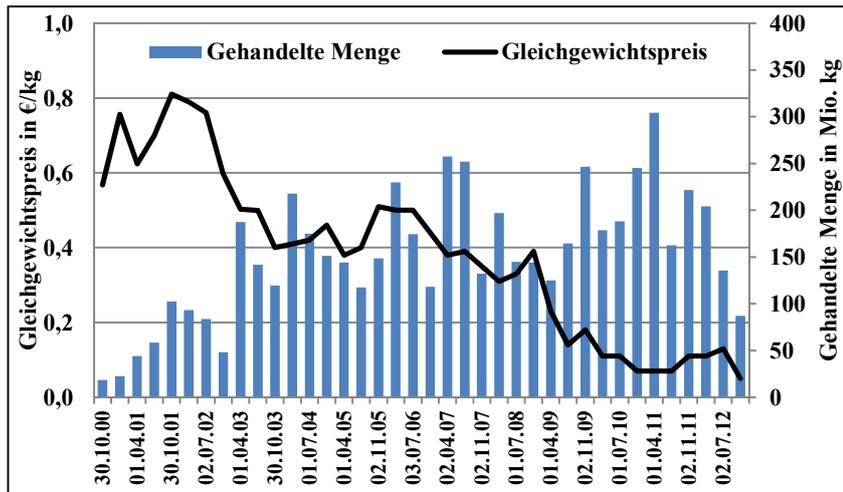
Aufgrund der moderaten Milchanlieferung seit Juli 2012 ist vor dem Hintergrund der 1 % Quotenerhöhung und einer um 0,7 % erhöhten Milchanlieferung mit einer leichten Unterlieferung von 0,2 % aus-

**Abbildung 6. Erzeugerpreise für Milch in Deutschland**



Quelle: EU-KOMMISSION (2012b)

**Abbildung 7. Gehandelte Quotenmenge und Übertragungspreise an der Milchquotenbörse in Deutschland**



Quelle: DBV (2012), eigene Darstellung

zugehen, sodass – nach der 0,1 %igen Überlieferung im Vorjahr – vermutlich nicht mit einer Superabgabe zu rechnen ist (ZMB, 2012a, 2012b: 2). Bei der 38. Milchquotenbörse ist der Quotenpreis auf einen historischen Tiefstand von 5 Cent je kg (Übertragungsbereich West: 5 Cent je kg; Ost: 3 Cent je kg) gesunken. Ebenso wurde die seit zehn Jahren geringste Quotenmenge gehandelt: 86,9 Mio. kg (Abbildung 7) (DBV, 2012). Im Übertragungsgebiet West wanderte die Milchquote wie auch in den Vorjahren nach Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen. Im Übertragungsgebiet Ost verlagerte sich die Milchproduktion weiter nach Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen (ebenda). Die seit dem Jahr 2009 sinkenden Quotenpreise können als deutliches Zeichen im Hinblick auf das Ende der Milchquotenregelung im März 2015 interpretiert werden. Die geringen gehandelten Mengen lassen außerdem darauf schließen, dass für den einzelnen Milcherzeuger bis zum Auslaufen der Milchquote eine Überlieferung günstiger ist als die Ersteuerung von Lieferrechten an der Börse, solange keine Superabgabenzahlungen notwendig sind

bzw. diese unter den niedrigen Börsenpreisen bleiben.

In den letzten zehn Jahren ist bei den landwirtschaftlichen Milcherzeugern ein durchschnittlicher Strukturwandel von ca. 4 % zu verzeichnen (DESTATIS, 2012b; eigene Berechnung). Im Jahr 2002 hielten 126 100 Betriebe 4,4 Mio. Milchkühe, was einer durchschnittlichen Herdengröße von 35,0 Milchkühen entspricht. Die durchschnittliche jährliche Milchleistung lag bei 6 272 kg pro Kuh (DESTATIS, 2010; 2012b; 2012c). Im Mai 2012 existierten noch 84 908 landwirtschaftliche Milchviehhalter, die 4,2 Mio. Milchkühe (durchschnittliche jährliche Milchleistung 7 300 kg) hiel-

ten, was eine durchschnittliche Herdengröße von 49,4 Milchkühen ergibt (DESTATIS, 2012b, 2012c; MIV, 2012a). Somit hat sich in den vergangenen zehn Jahren die Zahl der Betriebe mit Milchviehhaltung um 32,5 % reduziert, die Zahl der Milchkühe ist um 5,3 % gesunken, entsprechend ist die Herdengröße gewachsen (+40,3 %). Auch die Leistungsfähigkeit der Milchkühe ist um 16,4 % gestiegen, sodass im Jahr 2012 schätzungsweise 30,5 Mio. t Milch erzeugt wurden (DESTATIS, 2010, 2012b, 2012c; MIV, 2012a: 12; eigene Berechnung) (Tabelle 8).

Die Milcherzeuger, deren Milcherfassung nicht genossenschaftlich organisiert ist, haben die Möglich-

**Tabelle 8. Strukturwandel der deutschen landwirtschaftlichen Betriebe**

	Milchkuhbestand in 1 000	Anzahl Milchviehhalter in 1 000	Anzahl Kühe pro Halter	Milchproduktion pro Betrieb in kg	Milchleistung je Kuh und Jahr in kg
1995	5 229	196	27	144 705	5 424
2000	4 570	139	33	201 277	6 122
2002	4 427	126	35	220 366	6 272
2005	4 236	110	39	260 360	6 761
2006	4 081	106	39	263 687	6 849
2007	4 071	101	40	279 891	6 944
2008	4 218	101	42	285 112	6 827
2009	4 205	97	43	302 457	6 977
2010	4 183	93	45	318 448	7 080
2011	4 190	87	48	348 685*	7 240*
2012	4 191	85	49	359 933**	7 300**
Veränderung (%) 2002/2012	-5,3	-32,5	+40,3	+63,3	+16,4

\* vorläufig; \*\* geschätzt

Quelle: DESTATIS (2010, 2012b, 2012c), MIV (2012b: 12), eigene Berechnung

keit, sich durch den Zusammenschluss von Erzeugergemeinschaften stärker zu konzentrieren. Dies geschah in der Vergangenheit hauptsächlich in kleinen oder kleinsten Kooperationsverbänden (BUNDESKARTELLAMT, 2009). Die Bayern-MeG w. V. stellt die größte deutsche Milcherzeugergemeinschaft dar, in der derzeit 50 Mitgliedsorganisationen vertreten sind. Von ca. 10 000 Landwirten werden ungefähr 1,85 Mio. t Milch vermarktet (BAYERNMEG, 2012). Insgesamt wurden im Jahr 2010 im Milchbereich 131 anerkannte Erzeugergemeinschaften und Vereinigungen sowie Erzeugerzusammenschlüsse gezählt (BMELV, 2011).

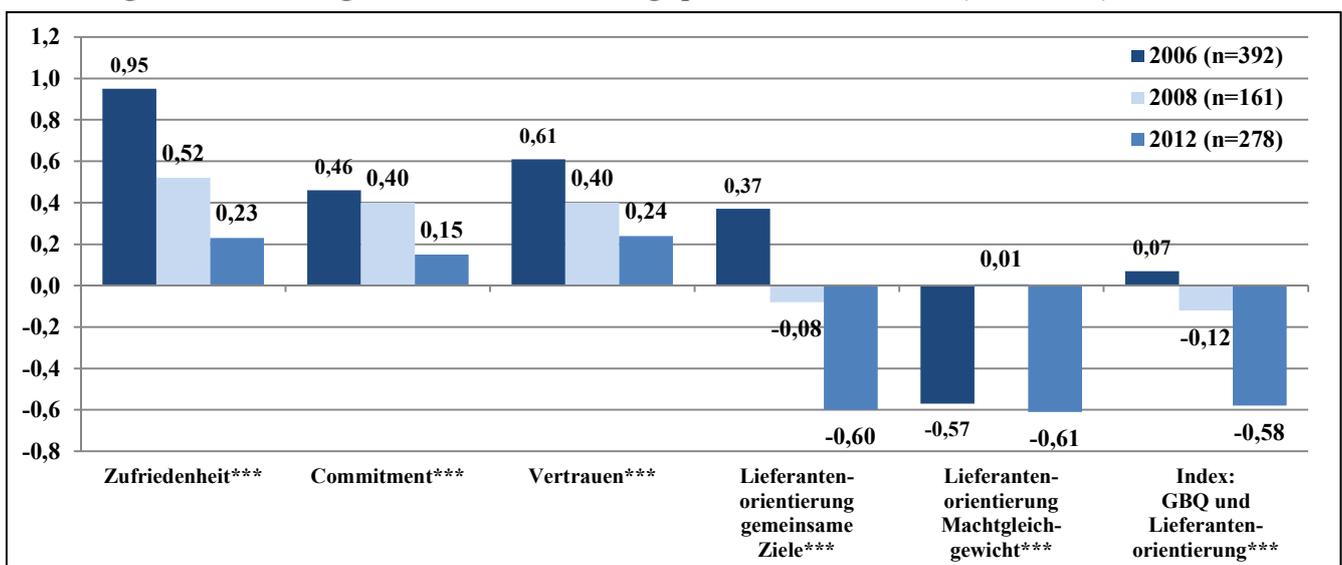
Das nahende Auslaufen der Milchquote stellt Milcherzeuger und Molkereien vor die Herausforderung zukünftig auf einem liberalisierten Markt zu agieren. Neben den politischen Maßnahmen zur Vorbereitung der sogenannten „sanften Landung“ (z. B. Quotenaufstockung) gewinnt die Kooperation zwischen Milcherzeugern und Molkereien an Bedeutung. Dass die Ausgangssituation zur gemeinsamen Bewältigung der anstehenden Aufgaben relativ schlecht ist, verdeutlicht die Entwicklung der Geschäftsbeziehungsqualität und der Lieferantensorientierung im Zeitablauf. Mit dem Begriff Geschäftsbeziehungsqualität wird das Vertrauen in die Molkerei sowie die Zufriedenheit und das Commitment mit dieser bezeichnet. Die Lieferantensorientierung setzt den Fokus auf gemeinsame Ziele und das wahrgenommene Machtverhältnis zwischen Milcherzeuger und Molkerei. Studien der Universität Göttingen, die zu verschiedenen Zeitpunkten bei Milcherzeugern durchge-

führt wurden, verdeutlichen die negative Entwicklung dieser Parameter. Bei den Studien handelt es sich nicht um eine Panel-Umfrage, vielmehr wurden (mit Hilfe der Schneeball-Methode rekrutierte) milcherzeugende Landwirte zu verschiedenen aktuellen Themen der Milchwirtschaft (2006: geplanter Quotenausstieg und damit verbundenes Risikomanagement, 2008: Vertragsgestaltung nach der Milchquote, 2012: Supply-Chain-Orientierung) befragt. In allen Befragungen wurden Statements zur Geschäftsbeziehungsqualität und Lieferantensorientierung platziert. Die Auswertung ist damit nicht repräsentativ, gibt jedoch Hinweise darauf, dass sich die Stimmung seitens der Milcherzeuger seit dem Milchstreik 2008 nicht entspannt hat (vgl. Abbildung 8).

### 3 Die internationalen Märkte für Milcherzeugnisse

Das Jahr 2012 war von bedeutenden Preisbewegungen auf den internationalen Märkten für Milcherzeugnisse geprägt. Im ersten Halbjahr setzte sich der bereits Ende 2011 eingesetzte Preisrückgang auf den Märkten fort, was vor allem Folge eines rasanten Milchproduktionswachstums in den wichtigsten Exportregionen war. Im zweiten Halbjahr erholten sich die Preise wieder und stiegen mit Ausnahme von Butter sogar über das Ausgangsniveau. Dies war primär durch ein Abflauen des Milchproduktionsanstiegs in den USA und der EU infolge von rückläufigen Milchpreisen und steigenden Produktionskosten sowie einer weiter

Abbildung 8. Entwicklung der Geschäftsbeziehungsqualität im Zeitablauf (Mittelwert)



fünfstufige Likertskala von -2 „voll und ganz unzufrieden/lehne voll und ganz ab“ bis +2 „voll und ganz zufrieden/stimme voll und ganz zu“; Signifikanzniveau: \*\*\* =  $p \leq 0,001$

Quelle: eigene Berechnung

dynamisch wachsenden internationalen Nachfrage möglich. Dabei waren Ende 2012 sowohl in den USA als auch in der EU keine öffentlichen Lagerbestände mehr vorhanden. Auch die gemeldeten privaten Lagerbestände waren bei Magermilchpulver auf einem historischen Tiefstand; nur die Butterbestände waren im Vergleich zum Vorjahr moderat höher.

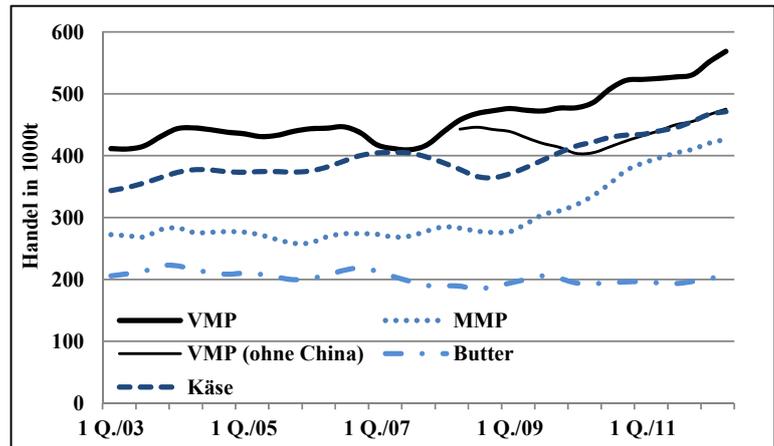
### 3.1 Nachfrage nach Milcherzeugnissen

Die internationale Nachfrage konnte im Jahr 2012 an die bereits sehr hohen Wachstumsraten der beiden Vorjahre anknüpfen. Die dafür notwendigen Rahmenbedingungen gestalteten sich noch überwiegend positiv. Zwar wuchs das weltweite Bruttoinlandsprodukt 2012 mit voraussichtlich 3,28 % deutlich geringer als in den beiden Vorjahren (IMF, 2012), das lag jedoch zu einem großen Teil an der Lage in vielen entwickelten Ländern – wie auch den Ländern der Eurozone –, in denen Einkommensänderungen einen geringeren Einfluss auf die Nachfrage nach Milcherzeugnissen haben. In vielen wichtigen Milchimportländern des Nahen Ostens sowie des asiatischen Raumes war das Wirtschaftswachstum dagegen nicht in dem Maße rückläufig bzw. entwickelte sich sogar positiv. Speziell im Nahen Osten hatten auch die Unruhen im Rahmen des arabischen Frühlings keinen merklichen negativen Einfluss auf die Importnachfrage nach Milcherzeugnissen.

Die Preise für Substitute von Milcherzeugnissen waren im Wesentlichen stabil, entwickelten sich jedoch unterschiedlich. Der Preis für Palmöl als Milchfettersatz lag im Jahresmittel leicht unter dem Vorjahresschnitt. Der Preis für Sojabohnenmehl als Milcheiweißersatz lag dagegen ab Mitte 2012 circa 50 % über dem Vorjahr und damit auch weit über dem langjährigen Durchschnitt (FAO, 2013). Die zur Jahresmitte 2012 deutlich gesunkenen Preise für Milcherzeugnisse wirkten sich ebenfalls positiv auf die Nachfrageentwicklung aus.

Bei den wichtigsten international gehandelten Milcherzeugnissen finden sich allesamt Nachfragesteigerungen (Abbildung 9). In den ersten drei Quartalen 2012 stieg die Handelsmenge von Magermilchpulver (MMP) um 8 %, von Vollmilchpulver (VMP) um 10 % sowie die Handelsmengen von Butter und Käse jeweils um 9 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (vgl. Kap. 3.2: Tabelle 11 und 12). Bei Butter

**Abbildung 9. Gleitender Durchschnitt der Quartals-Handelsmengen auf den wichtigsten internationalen Märkten für Milcherzeugnisse**



\* Die dargestellten Mengen entsprechen den Exportmengen der 79 durch die GTIS-Datenbank erfassten Länder, womit alle wichtigen Exportländer auf den Weltmärkten für Milcherzeugnisse abgedeckt sind.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2013)

spiegelt diese Entwicklung jedoch primär eine gestiegene Verfügbarkeit des in den Vorjahren sehr knappen Angebots wider (Kapitel 3.2), was auch an den deutlich zurückgegangenen Preisen in 2012 sichtbar ist. Der Käsehandel folgt hingegen einem langjährigen Wachstumstrend, auch wenn die Steigerungsrate in 2012 etwas höher liegt.

Beachtlich ist der auch in 2012 fortdauernde Anstieg des Milchpulverhandels. So lag 2012 der Handel von MMP 48 % und der von VMP 27 % über dem Niveau von 2008, wobei die Vorjahre allenfalls moderate Wachstumsraten zeigten. HELLBERG-BAHR et al. (2012b) konstatierten bereits, dass die ungewöhnlich stark gestiegenen MMP-Importe zum Teil auf Ausweichreaktionen beruhen könnten. So könnte die Kombination von MMP mit pflanzlichen Fetten verstärkt als VMP-Substitut gedient haben. Ein Indiz hierfür findet sich in der Preisrelation von VMP zu MMP. So war VMP auf dem EU-Exportmarkt aufgrund der hohen europäischen Milchfettpreise deutlich teurer als MMP<sup>1</sup> (Kapitel 3.4). Der Anstieg des VMP-Handels ging dagegen zu einem großen Teil auf die seit 2008 deutlich gestiegenen chinesischen Importe zurück. Werden diese herausgerechnet, war der VMP-Handel zwischenzeitlich sogar rückläufig (Abbildung 9). Aber auch auf den MMP-Handel hatten die chinesischen Importe einen steigenden Einfluss,

<sup>1</sup> Vor 2007 lagen die EU-Exportpreise von MMP und VMP bedingt durch unterschiedliche Erstattungsätze stets auf dem gleichen Niveau. Das ist auch in Ozeanien immer noch annähernd der Fall.

wobei sich immer noch ein Anstieg des MMP-Handels von 39 % von 2008 bis 2012 ergibt, wenn die chinesischen Importe herausgerechnet werden.

Bei den wichtigsten MMP-Importländern fiel die Importentwicklung in den ersten drei Quartalen 2012 unterschiedlich aus (Tabelle 9). Nur die Hälfte der Länder konnte steigende Importe aufweisen und stützte damit die positive Gesamtmarktnachfrage. Neben China waren dies Mexiko, Ägypten, Singapur und Indonesien. In Mexiko, dem Land mit den größten absoluten Importsteigerungen nach China, wuchs die heimische Milchproduktion aufgrund gestiegener Produktionskosten und Dürrebedingungen seit 2011 zu gering, um den Nachfrageanstieg zu decken (US-DA-FAS, 2012a). Das führte neben gestiegenen MMP-Einfuhren auch zu einer hohen Zunahme der

Käseimporte (Tabelle 10). Auch die kleineren Importländer, die nicht in den Top-10 vertreten sind, konnten mit 13 % an MMP-Importen zulegen – eine Steigerung knapp über der Gesamtmarktentwicklung. Für die Top-10-Länder mit Importrückgängen sei jedoch darauf verwiesen, dass diese Rückgänge in 2012 mit Ausnahme der Philippinen geringer waren als die Zuwächse der zwei vorausgehenden Jahre. Über die letzten fünf Jahre liegt bei allen Top-10-Ländern ein positiver Trend der Importmengen von MMP vor.

Bei den wichtigsten VMP-Importländern zeigt sich ebenfalls ein uneinheitliches Bild. So weisen fünf Länder teils sehr hohe Steigerungsraten auf, die restlichen Länder dagegen moderate Rückgänge (Tabelle 9). Im Unterschied zu MMP sind hier jedoch auch die Fünfjahrestrends gemischt. Das mit Abstand stärkste

**Tabelle 9. Veränderung der Importmengen der Top-10-MMP- und -VMP-Importländer**

MMP-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe			VMP-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe		
		2010	2011	2012**			2010	2011	2012**
1 Mexiko	11%	-5%	54%	16%	1 China	11%	72%	-5%	20%
2 Philippinen	9%	17%	-8%	-12%	2 Venezuela	10%	3%	17%	64%
3 Indonesien	8%	20%	7%	3%	3 Algerien	9%	-13%	27%	-14%
4 Algerien	8%	30%	21%	-13%	4 Saudi-Arabien	4%	-13%	11%	-5%
5 China	6%	20%	52%	43%	5 Nigeria	4%	5%	1%	-10%
6 Malaysia	6%	1%	6%	-2%	6 Sri Lanka	3%	22%	14%	-7%
7 Thailand	5%	17%	13%	-11%	7 Indonesien	3%	-20%	16%	-5%
8 Singapur	4%	-8%	11%	9%	8 Malaysia	3%	-6%	7%	1%
9 Vietnam	4%	22%	24%	-12%	9 Arab.Emirate	3%	-8%	37%	39%
10 Ägypten	3%	-13%	7%	31%	10 Oman	3%	-13%	12%	37%
Rest der Welt	36%	21%	14%	13%	Rest der Welt	46%	0%	2%	7%

\* Der Marktanteil wurde nach der Importmenge der Länder im Zeitraum 2007 bis 2011 bestimmt.

\*\* Die Veränderung der Importe im Jahr 2012 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2013)

**Tabelle 10. Veränderung der Importmengen der Top-10-Butter- und -Käse-Importländer**

Butter-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe			Käse-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe		
		2010	2011	2012**			2010	2011	2012**
1 Russland	10%	36%	-21%	5%	1 Russland	16%	29%	0%	5%
2 EU-27	8%	-36%	18%	62%	2 Japan	12%	8%	8%	10%
3 Ägypten	7%	-32%	-19%	50%	3 USA	10%	-15%	-13%	-27%
4 Iran	7%	30%	-34%	13%	4 EU-27	5%	-2%	-10%	7%
5 Saudi-Arabien	5%	3%	5%	16%	5 Mexiko	5%	13%	-6%	23%
6 USA	5%	-28%	-19%	59%	6 Australien	4%	16%	-4%	-2%
7 Mexiko	4%	-26%	-22%	-35%	7 Saudi-Arabien	4%	8%	6%	21%
8 Marokko	3%	-8%	-7%	4%	8 Südkorea	3%	24%	25%	-3%
9 China	3%	-25%	68%	33%	9 Schweiz	3%	6%	4%	4%
10 Singapur	3%	13%	5%	12%	10 El Salvador	2%	7%	8%	6%
Rest der Welt	45%	-2%	8%	-3%	Rest der Welt	36%	9%	11%	17%

\* Der Marktanteil wurde nach der Importmenge der Länder im Zeitraum 2007 bis 2011 bestimmt.

\*\* Die Veränderung der Importe im Jahr 2012 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2013)

Wachstum weist dabei China auf. Zwar wachsen die Importe seit 2011 nicht mehr so rasant wie in den beiden Vorjahren, trotzdem erzielte China 2012 den zweithöchsten Anstieg der Top-10-Länder. Ferner hat das Land 2011 und 2012 auch deutliche Steigerungen bei den Importen von MMP und Butter verzeichnet (Tabelle 9 und 10). Werden alle Milchprodukte berücksichtigt, ist China mittlerweile das weltweit größte Importland von Milcherzeugnissen (DAIRY AUSTRALIA, 2012a: 12). Ursächlich für diese Entwicklung sind noch immer die Folgen des chinesischen Melamin-skandals. Zwar gehen USDA-FAS (2012b: 2) für 2012 wieder von einem chinesischen Milchproduktionsanstieg von 6 % aus, dieser kommt jedoch nicht an historische Wachstumsraten heran und deckt zudem nicht den Nachfrageanstieg. Weiterhin herrscht noch immer eine starke Verunsicherung der Verbraucher zur Sicherheit und Qualität heimischer Milcherzeugnisse, die durch kleinere Vorfälle noch bestärkt wird und zu einer starken Präferenz für importierte Produkte geführt hat (DAIRY AUSTRALIA, 2012a, 2012b; USDA-FAS, 2012b). Aber auch die nächste Stufe eines Freihandelsabkommens mit Neuseeland dürfte durch niedrigere Zollsätze die Attraktivität zumindest von Importen aus Neuseeland weiter gesteigert haben. Sowohl DAIRY AUSTRALIA (2012b) als auch USDA-FAS (2012b) sehen noch kein Ende der Probleme der chinesischen Milchwirtschaft und gehen von weiter steigenden Importen aus. Den noch vor China größten Importanstieg von VMP konnte in den ersten drei Quartalen 2012 Venezuela verbuchen (Tabelle 9). Die Nachhaltigkeit dieser Zunahme scheint jedoch unklar. Bereits 2008 stiegen die venezuelanischen VMP-Importe um 144 % an und fielen dann im Folgejahr fast wieder auf das Ausgangsniveau zurück. Mit den Arabischen Emiraten und dem Oman erzielten weiterhin zwei Länder des Nahen Ostens bedeutende Importsteigerungen bei VMP, was noch einmal unterstreicht, dass der arabische Frühling keine negativen Spuren bei der Nachfrage nach Milcherzeugnissen hinterlassen hat. Zwar weist Saudi-Arabien einen Rückgang der VMP-Importe aus, legt dafür aber stark bei Butter und Käse zu (Tabelle 10).

Auf dem Buttermarkt ergibt sich ein eher einheitliches Bild (Tabelle 10). Fast alle wichtigen Importländer weisen in den ersten drei Quartalen 2012 stark steigende Importe aus. Dies wird zu einem großen Teil auf die im Jahr 2012 deutlich gefallenem Butterpreise zurückzuführen sein. Gleichzeitig hat sich jedoch auch der Abstand zwischen den Butterpreisen in Ozeanien und der EU verringert. So war Butter in der

EU zur Spitze im Oktober 2011 noch fast 1 000 Euro pro Tonne teurer als in Ozeanien; aufgrund fallender Preise in der EU waren es im April 2012 hingegen nur noch 26 Euro. Und doch weist die EU in den ersten drei Quartalen 2012 steigende Butterimporte aus, die fast ausschließlich aus einer stärkeren Ausnutzung des neuseeländischen Butter-Importkontingents resultieren. Hierzu ist anzumerken, dass die Importe annähernd komplett im ersten Quartal erfolgten und somit höchstwahrscheinlich auf Kontrakten beruhten, die Ende 2011 – d.h. noch während eines großen Preisabstandes – geschlossen wurden. Wahrscheinlich ist auch, dass die zusätzlichen Importe den Preisdruck in der EU erhöht und so den Preisabstand zu Ozeanien reduziert haben.

Auch auf dem Käsemarkt weisen in den ersten drei Quartalen 2012 die meisten der wichtigen Importländer steigende Importe auf (Tabelle 10). Eine Ausnahme stellen hierbei die USA mit einem deutlichen Importrückgang dar. Das hat im Wesentlichen zwei Gründe: Zum einen spiegelt dies die Entwicklung der USA zu einem Nettoexportland von Käse wider; diesen Status erreichte das Land erstmals in 2010. Zum anderen gleichen sich internationale und heimische Käsepreise zunehmend an, wodurch Exporte in die USA weniger lukrativ werden. Ähnliches gilt auch für die EU. Die größten absoluten Zuwächse bei den Käseimporten gingen in den ersten drei Quartalen 2012 von Japan und Russland aus. In Japan beruht diese Steigerung, die einen stabilen Aufwärtstrend widerspiegelt, auf einem langfristigen starken Wachstum der Inlandsnachfrage, verbunden mit sinkenden Zollsätzen und steigenden Zollkontingenten für Käse. Zwar stieg auch die heimische Käseproduktion leicht, diese kann jedoch nur einen geringen Anteil des Verbrauchs decken (USDA-FAS, 2012c). Auch Russland weist Importsteigerungen trotz eines voraussichtlichen Anstiegs der eigenen Käseproduktion von 5,8 % aus, wobei das Land einen deutlich höheren Selbstversorgungsgrad aufweist als Japan. Allerdings unternimmt die russische Regierung verstärkt Anstrengungen, um den langfristigen Trend einer sinkenden Milchproduktion, der das Land zu einem großen Importeur gemacht hat, umzukehren. USDA-FAS (2012d) gehen davon aus, dass dies tatsächlich ab 2013 mit einem leichten Anstieg der Kuhzahlen gelingen kann.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Nachfrage 2012 zum dritten Jahr in Folge deutlich gestiegen ist. Dieser Anstieg fand bei allen wichtigen Milcherzeugnissen statt, beruht aber nur bei Butter und Käse auf einer breiten Basis von Ländern. Bei

Milchpulver wiesen hingegen eine Reihe von wichtigen Ländern Importrückgänge auf, die jedoch von starken Anstiegen der Importe Chinas, Mexikos und Venezuelas aufgewogen werden konnten.

### 3.2 Angebot von Milcherzeugnissen

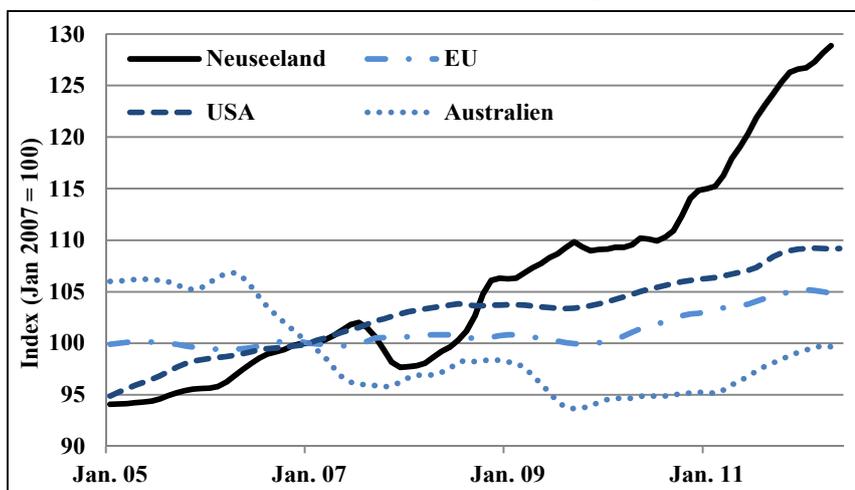
Die Milchproduktion der wichtigsten Exportländer stieg mit Ausnahme der EU von Januar bis Oktober 2012 ähnlich stark wie bereits im Vorjahr (Abbildung 10). Dieser Anstieg fand jedoch vor allem in der ersten Jahreshälfte statt. In dieser Zeit sanken die Milchpreise deutlich – in Deutschland von 36,3 Euro pro 100 kg im letzten Quartal 2011 auf 29 Euro pro 100 kg im Juni 2012. Gleichzeitig stiegen die bereits hohen Futterkosten zur Jahresmitte 2012 noch einmal deutlich an. So betragen in Deutschland die Futterkosten zur Produktion eines zusätzlichen Liters Milch aus Kraftfutter (Weizen, Sojaschrot) im Januar 2012 noch 9,5 Cent, stiegen bis Juli 2012 aber bereits auf 13,1 Cent (MILCHTRENDS, 2013). Diese Kombination sinkender Milchpreise und steigender Futterkosten, die in allen großen Exportländern ähnlich auftrat, führte schließlich dazu, dass das Milchproduktionswachstum in der zweiten Jahreshälfte stark zurückging. Für die EU-27 ergab sich insgesamt für Januar bis Oktober 2012 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine Mehrproduktion von 1 %, die für den Zeitraum April bis Oktober 2012 bereits auf 0,1 % zusammenschrumpfte (EUROSTAT, 2013). Die auch im Milchwirtschaftsjahr 2012/13 um 1 % angehobene EU-Milchquote wird damit in der EU insgesamt erneut unterliefert. Innerhalb der EU steigerten in Bezug auf den Zeitraum April bis Oktober siebzehn Länder

ihre Produktion. Die von der Gesamtmenge bedeutendsten Steigerungen gehen hierbei von Polen (+5,8 %), Deutschland (+0,7 %) und Dänemark (+2,5 %) aus. Auf der anderen Seite ging die Produktion in sieben Ländern zurück. Die von der Gesamtmenge bedeutendsten Rückgänge verzeichneten dabei Großbritannien (-2,2 %), Frankreich (-1,2 %), Irland (-3,7 %) und Italien (-2,5 %) (EBENDA).

Beim Außenhandel konnte die EU in den ersten drei Quartalen 2012 weiter massiv den Export von Käse und MMP ausbauen (Tabelle 11 und 12). Bei beiden Produkten erreichte die EU die größten absoluten Exportzuwächse aller Exportländer, obwohl bei MMP 2012 nur noch in einem deutlich geringeren Umfang als noch im Vorjahr öffentliche Lagerbestände abgebaut werden konnten (Kapitel 3.3). Damit zeigt sich in den letzten Jahren eine durchaus beachtliche Entwicklung der EU-MMP-Exporte. Bis 2006 waren diese rückläufig und ließen den Marktanteil der EU auf 8 % zurückgehen. Seitdem steigen die Exporte jedoch wieder – bis 2012 um insgesamt 588 % – und sicherten der EU in den ersten drei Quartalen 2012 wieder einen Marktanteil von 34 %. Dies hängt zumindest teilweise auch mit dem Rückgang der VMP-Exporte um 11 % im selben Zeitraum (2006 bis 2012) zusammen, durch den die EU beim Marktanteil zugunsten von Ozeanien verlor. Dass aus der EU vermehrt MMP statt VMP exportiert wird, ist dabei durchaus nicht überraschend. Milchfett ist seit 2007 in der EU sehr knapp, was an den im Vergleich zu Ozeanien mit 24 % bzw. 550 Euro pro Tonne deutlich höheren Butterpreisen im Durchschnitt der Jahre 2007 bis 2012 zu erkennen ist. Aus diesem Grund ist in der

EU VMP auch deutlich teurer als MMP – in Ozeanien liegen die Preise tendenziell auf dem gleichen Niveau. Ferner war EU-VMP im Schnitt der Jahre 2007 bis 2012 mit 10 % oder 220 Euro pro Tonne auch deutlich teurer als ozeanisches VMP. Es wurde bereits ausgeführt, dass höhere Butterexporte Neuseelands dazu beitragen, die knappe Butterverfügbarkeit in der EU zu entspannen und somit auch den Preisabstand in der ersten Jahreshälfte 2012 zu reduzieren. Dementsprechend kann die EU auch wieder ein leichtes Exportplus in den ersten drei Quartalen 2012 bei Butter verzeichnen (Ta-

**Abbildung 10. Index der geglätteten monatlichen Milchproduktionsentwicklung der wichtigsten Exportländer**



Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von USDA-FAS (2013), DAIRY AUSTRALIA (2013), DCANZ (2013), EUROSTAT (2013)

**Tabelle 11. Veränderung der Exportmengen der Top-7-MMP- und -VMP-Exportländer**

MMP-Exportländer	Marktanteil*	Veränderung der Exporte			VMP-Exportländer	Marktanteil*	Veränderung der Exporte		
		2010	2011	2012**			2010	2011	2012**
1 USA	27%	55%	13%	6%	1 Neuseeland	45%	16%	17%	18%
2 Neuseeland	26%	-16%	5%	0%	2 EU-27	23%	-3%	-13%	0%
3 EU-27	24%	64%	37%	17%	3 Argentinien	7%	-13%	57%	14%
4 Australien	11%	-21%	6%	10%	4 Australien	7%	-14%	1%	-8%
5 Ukraine	3%	-49%	60%	9%	5 Singapur	3%	11%	-20%	1%
6 Indien	2%	18%	-84%	370%	6 Uruguay	3%	13%	-16%	14%
7 Uruguay	1%	-42%	116%	11%	7 USA	2%	128%	-59%	9%
<b>Gesamtmarkt</b>		14%	18%	8%	<b>Gesamtmarkt</b>		5%	6%	11%

\* Der Marktanteil wurde nach der Exportmenge der Länder im Zeitraum 2007 bis 2011 bestimmt.

\*\* Die Veränderung der Exporte im Jahr 2012 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2013)

**Tabelle 12. Veränderung der Exportmengen der Top-7-Butter- und -Käse-Exportländer**

Butter-Exportländer	Marktanteil*	Veränderung der Exporte			Käse-Exportländer	Marktanteil*	Veränderung der Exporte		
		2010	2011	2012**			2010	2011	2012**
1 Neuseeland	52%	-12%	5%	17%	1 EU-27	38%	17%	1%	14%
2 EU-27	20%	5%	-19%	3%	2 Neuseeland	18%	-9%	-5%	11%
3 Australien	8%	-32%	-27%	24%	3 Australien	11%	-2%	5%	-6%
4 USA	7%	93%	11%	-28%	4 USA	9%	59%	29%	21%
5 Argentinien	3%	-13%	82%	-23%	5 Ukraine	5%	4%	1%	-19%
6 Uruguay	2%	-44%	55%	83%	6 Schweiz	4%	2%	3%	5%
7 Indien	1%	66%	2%	-32%	7 Argentinien	3%	-6%	33%	-6%
<b>Gesamtmarkt</b>		-5%	-1%	9%	<b>Gesamtmarkt</b>		10%	4%	9%

\* Der Marktanteil wurde nach der Exportmenge der Länder im Zeitraum 2007 bis 2011 bestimmt.

\*\* Die Veränderung der Exporte im Jahr 2012 berücksichtigt nur die ersten drei Quartale im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von GTIS (2013)

belle 12). Dieses Plus ist absolut jedoch deutlich kleiner als die Mehrimporte und gab damit Raum für einen Anstieg der privaten Lagerhaltung von Butter (Kapitel 3.3). Die Käseausfuhren erreichten mit dem Anstieg 2012 ein neues Rekordhoch, das 33 % über dem Niveau von 2008 liegt. Zwar ging 38 % dieses Zuwachses nach Russland, der Rest war jedoch wenig abhängig von einzelnen Zielländern, sondern verteilte sich auf eine ganze Reihe wichtiger Ländermärkte.

Für die USA war 2012 voraussichtlich ein Milchproduktionswachstum von 1,9 % zu verzeichnen, geringfügig oberhalb des 5-jährigen Durchschnittswerts von 1,5 % p.a. (USDA-FAS, 2013; Abbildung 10). Dabei lässt sich zwischen dem ersten Halbjahr mit einem Wachstum von 3,6 % und dem zweiten Halbjahr mit einem Wachstum von 0,2 % unterscheiden. Die Ursache dafür war – wie auch im Fall der EU – die rückläufige Entwicklung der Milchpreise im ersten Halbjahr in Kombination mit einem Anstieg der Futterkosten. Letzteres wurde unter anderem durch eine der schlimmsten Dürren seit Jahrzehnten in den USA verursacht, die vor allem Getreide- und Sojabohnen-

gebiete des Mittleren Westens traf. Im Ergebnis sank die Milchmarge<sup>2</sup> von 27,4 US\$ pro 100 kg im Durchschnitt des Jahres 2011 auf nur noch 16,1 US\$ im Mai 2012 (GOULD, 2012), dem niedrigsten Wert seit 2009. Zwar konnten Zahlungen im Rahmen des „Milk Income Loss Contract“ (MILC) Programms die Situation für die Milcherzeuger etwas abmildern, jedoch nicht grundsätzlich ändern. Für 2013 erwarten USDA-FAS (2012e: 4) dementsprechend ein gleichbleibendes Milchproduktionsniveau in den USA.

Im Außenhandel konnten die USA in den ersten drei Quartalen 2012 vor allem die Käseexporte deutlich steigern (Tabelle 12). Mit deren absoluter Zunahme lagen die USA nach der EU an der zweiten Stelle aller Exportländer. Werden zudem die rückläufigen US-Käseimporte (Kapitel 3.1) berücksichtigt, zeigt sich, dass die USA mit gewaltigen Schritten ihren erst 2010 erreichten Status als Nettokäseexport-

<sup>2</sup> Die Milchmarge („Milk Margin“) errechnet sich aus dem Preis pro 100 kg Milch abzüglich der Futterkosten für diese Menge.

land ausbauen. Würde dieser Trend so anhalten – was aufgrund sinkender Wachstumsraten der Milchproduktion vorerst unwahrscheinlich ist – würden die USA in 2013 sogar Neuseeland bei den Nettokäseexporten übertreffen; Australien wurde bereits in diesem Jahr übertunden. Gefördert wird diese Entwicklung unter anderem durch das „Export Assistance Program“ des privatwirtschaftlich organisierten „Cooperatives Working Together“ (CWT). Im Rahmen dieses Programmes bekommen US-amerikanische Exporteure auf Antrag Zuschüsse auf den Export von Käse und Butter. Daraus ergibt sich eine ähnliche Wirkung wie bei staatlich gewährten Exporterstattungen. Bis Ende Juli 2012 kamen 17 % der US-Käseexporte und 63 % der US-Butterexporte in den Genuss dieser Zahlungen (CWT, 2013). Aber auch die US-Exporte von Milchpulver stiegen in den ersten drei Quartalen 2012 (Tabelle 11). Bei MMP reichte dieser Anstieg jedoch nur zur Verteidigung des Marktanteils aus; die absoluten Mehrexporte blieben deutlich hinter denen der EU zurück. Bei VMP hingegen haben die USA so gut wie keine Bedeutung auf den internationalen Märkten.

Nachdem die neuseeländische Milchwirtschaft im Milchwirtschaftsjahr<sup>3</sup> 2010/11 bereits ein deutliches Milchproduktionsplus von 5,2 % erreichen konnte, gestaltete sich 2011/12 als wahres Rekordjahr mit einem Anstieg von 10,2 % (DCANZ, 2013; Abbildung 10). Damit lagen auch beide Milchwirtschaftsjahre deutlich über dem Wachstumstrend der vorausgehenden zehn Jahre in Höhe von 2,6 %. Möglich war dies durch die Kombination von guten Milchauszahlungspreisen mit hervorragenden Bedingungen für den Futteraufwuchs (DAIRY AUSTRALIA, 2012a). In der Folge nahmen in den ersten drei Quartalen 2012 auch die neuseeländischen Exporte deutlich zu, in absoluter Höhe vor allem bei VMP (Tabelle 11). Hier erreichte Neuseeland in den ersten drei Quartalen 2012 einen Marktanteil von 55 %. Auch die Exporte von Butter und Käse legten spürbar zu (Tabelle 12); MMP blieb hingegen auf Vorjahresniveau. Die Bedingungen für das aktuelle Milchwirtschaftsjahr 2012/13 gestalten sich überwiegend positiv. Die extensive neuseeländische Milchviehhaltung ist nicht in dem Maße wie in den USA oder der EU von höheren Futtermittelpreisen betroffen. Weiterhin berichten USDA-FAS (2012e: 3), dass sich die Anzahl der Milchkühe in Neuseeland 2012 voraussichtlich um 205 000 Tiere erhöht hat und DAIRY AUSTRALIA (2012b: 14) konstatieren gute Futteraufwuchsbedingungen. Tatsächlich

zeigen die ersten fünf Monate des neuen Milchwirtschaftsjahres bereits einen Anstieg von 6,2 % im Vergleich zur Vorjahresperiode. Für das gesamte Milchwirtschaftsjahr rechnen DAIRY AUSTRALIA (2012b: 14) mit einem Anstieg von 4-5 %. Für das Kalenderjahr 2013 sind USDA-FAS (2012e: 3) pessimistischer und erwarten aufgrund der im Vergleich zu 2012 nur normalen Futterverfügbarkeit und -qualität lediglich eine Milchproduktion auf dem Niveau des Jahres 2012.

Australien konnte nach einem moderaten Anstieg der Milchproduktion im Vorjahr im Milchwirtschaftsjahr<sup>4</sup> 2011/12 ein Wachstum in Höhe von 4,2 % erreichen (DAIRY AUSTRALIA, 2013). Damit scheint der negative Trend, dem die australische Milcherzeugung seit 2002 folgte, zumindest zeitweilig durchbrochen (Abbildung 10). Zurückzuführen ist dies auf günstige und regenreiche Wetterbedingungen in den letzten zwei abgeschlossenen Milchwirtschaftsjahren sowie eine positive Milchpreisentwicklung (USDA-FAS, 2012e: 3). In den ersten drei Quartalen 2012 hat sich das in gestiegenen Exporten von MMP und Butter niedergeschlagen (Tabelle 11 und 12). Dagegen waren jedoch die Exporte von VMP und Käse rückläufig. Für das aktuelle Milchwirtschaftsjahr 2012/13 rechnen DAIRY AUSTRALIA (2012b: 14) aufgrund gestiegener Futterkosten nur noch mit einer Mehrproduktion von 2 %. Die ersten vier Monate des Milchwirtschaftsjahres lassen das mit einem Plus von 1 % jedoch als recht optimistisch erscheinen.

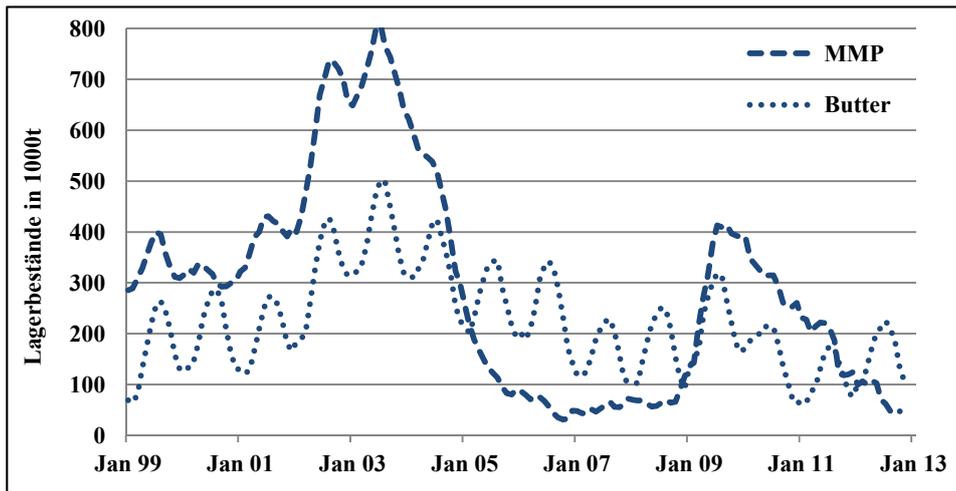
Nach einem starken Wachstum von 13 % in 2011 ist Argentiniens Milchproduktion 2012 voraussichtlich mit 3 % nur moderat gestiegen. Die Ursache dafür lag vor allem bei ungünstigen Wetter- und Futterkostenbedingungen in der zweiten Jahreshälfte (USDA-FAS, 2012e: 3). Dies schlug sich in steigenden VMP-Exporten nieder, während bei den anderen Produkten Exportrückgänge zu verzeichnen waren (Tabelle 11 und 12). Eine durchweg positive Exportentwicklung hat in den ersten drei Quartalen 2012 hingegen Uruguay erreichen können.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass alle großen Exportländer 2012 aufgrund der in der ersten Jahreshälfte hohen Milchproduktionszuwächse mehr oder weniger starke Exportsteigerungen verzeichnen konnten. Diese fielen bei der EU und den USA vor allem auf die Märkte für Käse und MMP, bei Neuseeland und Argentinien auf VMP (wobei Neuseeland

<sup>3</sup> Das neuseeländische Milchwirtschaftsjahr geht von Juni bis Mai.

<sup>4</sup> Das australische Milchwirtschaftsjahr geht von Juli bis Juni.

**Abbildung 11. Öffentliche und gemeldete Lagerbestände\* der EU und USA**



\* Die abgebildeten Lagerbestände umfassen die öffentlichen und privaten Lagerbestände in den USA sowie die Interventionsbestände und Butterbestände mit privater Lagerbeihilfe in der EU.  
Quelle: EUROSTAT (2013), GOULD (2013)

auch die Butter- und Käseexporte deutlich steigern konnte) und bei Australien auf MMP und Butter.

### 3.3 Entwicklung der Lagerbestände

Abbildung 11 zeigt die öffentlichen und gemeldeten Lagerbestände der EU und USA mit dem letzten Höchststand Mitte 2009 und dem seither vorstattgehenden Abbau. Bei Butter wurde der darauf folgende Tiefstand bereits zur Jahreswende 2010/2011 erreicht und ging im Verlauf des Jahres 2011 mit sehr hohen Butterpreisen einher. Seit Ende 2011 entspannt sich die Situation jedoch und die privaten Butterbestände steigen wieder auf ein höheres Niveau; öffentliche Lagerbestände bestehen bei Butter bereits seit 2011 nicht mehr. Bei MMP waren Anfang 2012 in der EU noch knapp 50 000 t öffentliche Lagerbestände vorhanden. Diese wurden jedoch bis Mitte des Jahres im Rahmen des EU Nahrungsmittelprogramms für bedürftige Menschen abgebaut (EU-KOMMISSION, 2011), nachdem im Vorjahr bereits 93 899 t MMP für ein solches Programm verwendet wurden (EU-KOMMISSION, 2010). Damit waren die gemeldeten

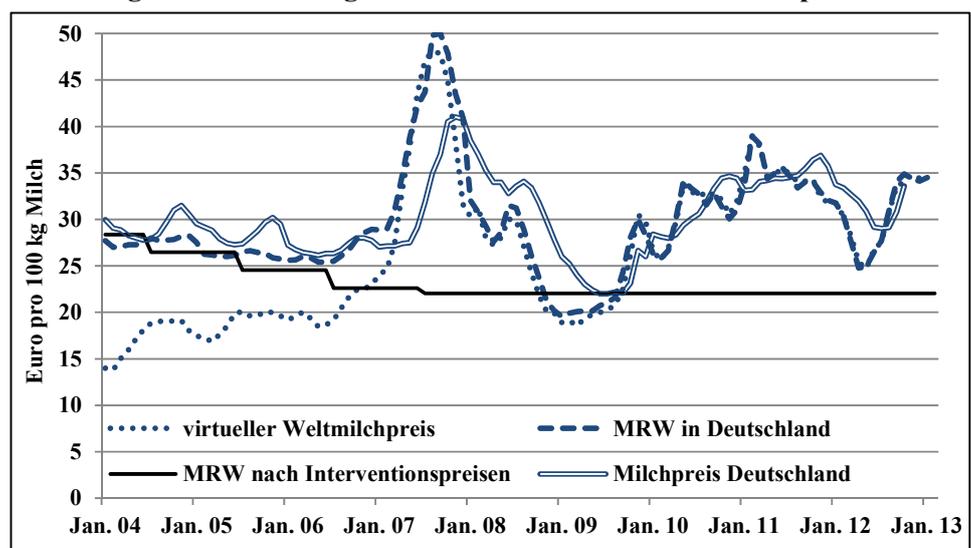
MMP-Bestände Ende 2012 auf dem niedrigsten Stand seit 2007. Die in Abbildung 11 verbleibenden Bestände bestehen dabei nur noch aus privaten Beständen in den USA, die sich ebenfalls auf einem niedrigen Niveau befinden.

### 3.4 Preisentwicklung

Abbildung 12 zeigt die Preisentwicklungen der letzten Jahre auf dem Weltmarkt und in Deutschland anhand des aus den Butter- und MMP-Preisen abgeleiteten Milchrohstoffwertes (MRW). Als

Weltmarktpreise werden dabei die Exportpreise Westeuropas angenommen, da sie die für europäische Exporteure relevanten Drittlandsmärkte abbilden. In der Abbildung ist zu erkennen, dass sich der MRW in Deutschland und auf dem Weltmarkt (= virtueller Weltmilchpreis) seit 2007 auf der gleichen Höhe bewegen. Das kommt dadurch zustande, dass die EU-Exporterstattungen, die zuvor eine Abkopplung von den Weltmarktpreisen ermöglichten, seit 2007 (mit kurzer Unterbrechung 2009) ausgesetzt sind. Die Milchpreise hingegen folgen der Entwicklung mit mehrmonatigem Abstand.

**Abbildung 12. Entwicklung von Milchrohstoffwert\* und Milchpreis**



\* Der Milchrohstoffwert (MRW) setzt sich aus den Preisen für Butter und MMP (Fett- und Eiweißkomponente der Milch), abzüglich Verarbeitungskosten zusammen. Der MRW zu Exportpreisen Westeuropas wird folgend als "virtueller Weltmilchpreis" bezeichnet.  
Quellen: USDA-AMS (2013), ZMP (v.J.), SBKB (2013), EU-KOMMISSION (2012b)

Nachdem im Februar 2011 mit 39 Euro pro 100 kg Milch ein lokaler Höhepunkt des MRWs erreicht wurde, zeigt Abbildung 12 einen tendenziell sinkenden Preisverlauf. Dieser verstärkte sich Anfang 2012 noch einmal stark und mündete schließlich im Mai 2012 in einem lokalen Tiefpunkt des MRWs bei 24,7 Euro pro 100 kg Milch. Ausgelöst wurde dieser Rückgang durch ein international höheres Angebot. Der seit 2010 stark steigenden internationalen Nachfrage stand anfangs nur zu steigenden Preisen ein entsprechendes Angebot gegenüber. Das gestiegene Preisniveau führte jedoch – in den USA und der EU bereits ab 2010, in Ozeanien erst ab 2011 – zu einem deutlichen weltweiten Milchproduktionsanstieg. Die damit verbundenen Mehrexporte setzten schließlich die Preise wieder unter Druck. Der bis Mitte 2012 stattfindende Preisabsturz währte jedoch nicht lange. Noch bevor sich die gesunkenen Preise für Milcherzeugnisse vollständig in den Milchpreisen wiederfanden, stiegen die Preise in der zweiten Jahreshälfte wieder auf ein Niveau, das einem MRW von circa 35 Euro pro 100 kg entspricht. Dieser Anstieg resultierte aus den Folgen geringerer Milchpreise und gesteigener Futterkosten für das Milchproduktionswachstum in den USA und der EU sowie aus der unverändert starken internationalen Nachfrage.

Grundsätzlich verliefen die Preisbewegungen bei MMP und Butter (stellvertretend für die Milchinhaltstoffe Eiweiß und Laktose bei MMP und Fett bei Butter) recht unterschiedlich – wenn auch die Grundtendenz ähnlich war. Nachdem sich die MMP-Preise im Großteil des Jahres 2011 relativ stabil zeigten, sanken sie dann Anfang 2012 bis in den Mai um knapp 14 % – ein wenig dramatischer Rückgang. Die Butterpreise hingegen gaben nach dem hohen Niveau von Mitte 2011 schon ab dem vierten Quartal 2011 nach, um dann bis Mai 2012 um insgesamt 38 % zu fallen. Dass die Butterpreise mittelfristig nicht auf dem Niveau von 2010/2011 bleiben werden, war dabei durchaus absehbar. So lag der Weltmarktpreis für Butter Mitte 2011 162 % über dem Niveau der Jahre 2005/2006. Weiterhin wurde bereits ausgeführt, dass der EU-Exportpreis für Butter im Oktober 2011 fast 1 000 Euro bzw. 34 % über dem Ozeaniens lag. Das zeigt bereits, dass die Butterpreise vor allem von einer knappen Verfügbarkeit in der EU getrieben wurden, die sich Anfang 2012 zunehmend entspannte. Wie hoch der Anteil der in Kapitel 3.1 diskutierten gestiegenen Importe aus Neuseeland daran ist, ist letztendlich nicht zu beantworten. Insgesamt aber spricht viel dafür, dass vor allem ein höheres Angebot ozeanischer Butter

die Butterpreise unter Druck gesetzt hat. Auch die ozeanischen Exportpreise sanken von Mitte 2011 bis Mai 2012 um 26 % auf Eurobasis, was einherging mit einem hohen Anstieg der neuseeländischen und australischen Butterexporte.

Mit dem erneuten Anstieg der Preise für Butter und MMP ab Juni 2012 hat sich das noch im Vorjahr bestehende Preisverhältnis der beiden Produkte nicht wieder eingestellt. Während die MMP-Preise in der EU um das Doppelte stiegen, um das sie vorher gefallen waren, stiegen die Butterpreise nur um die Hälfte. Dieses neue Preisverhältnis dürfte tatsächlich nachhaltiger sein. Der EU-Butterpreis liegt nach dem Preisanstieg zwar wieder deutlich über dem ozeanischen, dürfte jedoch auch mittelfristig bei einem gewissen Abstand bleiben solange Butter in der EU tendenziell knapp ist. Offensichtlich entsteht erst bei einem relativ großen Preisabstand ein ausreichend großer Anreiz, verstärkt Butter ozeanischer Herkunft in die EU einzuführen. Auch der MMP-Preis scheint auf einem stabilen Niveau, sind doch die Lagerbestände 2012 noch gesunken und der positive Nachfragetrend ungeboren.

Der Marktausblick für das Jahr 2013 ist im Wesentlichen positiv, was bedeutet, dass vieles für stabile Preise spricht. Das deckt sich auch mit der Einschätzung von USDA-FAS (2012e: 8), die sogar für die zweite Jahreshälfte 2013 ein nochmals steigendes Preisniveau für möglich halten. Insbesondere die Milchproduktion ist aufgrund niedriger Milchpreise und noch immer hoher Futterkosten bereits im zweiten Halbjahr 2012 wesentlich geringer gewachsen. Ferner ist auch für 2013 bei den wichtigsten Exportländern ein allenfalls moderates Milchproduktionswachstum zu erwarten. Gleichzeitig zeigt sich noch immer ein starkes Nachfragewachstum auf den internationalen Märkten, auch wenn dieses bei Milchpulver in 2013 verstärkt auf einige große Importländer zurückging. Dabei sind die bekannten Lagerbestände extrem niedrig und öffentliche Lagerbestände sind gar nicht mehr vorhanden. Allerdings bestehen auch einige Risiken. So wächst die Bedeutung Chinas vor allem auf den Märkten für Milchpulver und damit auch die Abhängigkeit von der Entwicklung in China, wenn auch momentan kein Trendbruch bei den chinesischen Importen zu erkennen ist. Ferner hat sich bereits 2012 die konjunkturelle Lage in einigen Ländern verdunkelt. Insbesondere die Lage in der Eurozone und den USA stellt einen fortdauernden Unsicherheitsfaktor dar, ebenso wie die Frage, inwieweit sich eine Verschärfung der Probleme auf andere Länder auswirken

könnte. Nichtsdestotrotz dürften in der absehbaren Zukunft die Faktoren, die für stabile Preise sprechen, gegenüber den Risiken überwiegen.

## Literatur

- AGRARZEITUNG ONLINE (2012a): Hohe Kosten belasten Milchproduktion. In: <http://www.agrarzeitung.de/nachrichten/pages/>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012b): Discounter senken Preise für Milchprodukte. In: <http://www.agrarzeitung.de/nachrichten/pages/>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012c): Futterkosten bleiben entscheidender Faktor. In: <http://www.agrarzeitung.de/nachrichten/pages/>, Abruf: 10.01.2013.
- AXEL SPRINGER AG (2012) TrendTopic – Einzelhandel (Marktanalyse). In: [http://www.axelspringer-mediapilot.de/branchenberichte/Einzelhandel-Einzelhandel\\_703139.html?beitrag\\_id=119374](http://www.axelspringer-mediapilot.de/branchenberichte/Einzelhandel-Einzelhandel_703139.html?beitrag_id=119374), Abruf: 05.01.2013.
- BAYERNMEG (2012): Die Mitgliedsorganisation. In: <http://www.bayern-meg.de/index.php?redid=220256>, Abruf: 01.12.2012.
- BMELV (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (Hrsg.) (2011): Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2011. Landwirtschaftsverlag, Münster-Hiltrup.
- BRÜMMER, B., M. FAHLBUSCH, M. PFEUFFER, A. SPILLER und A. HELLBERG-BAHR (2011): Markttransparenz und Geheimwettbewerb? Das Beispiel Rohmilchmarkt. In: *Wirtschaftsdienst* 2011 (12): 869-871.
- BUNDESKARTELLAMT (2009): Sektoruntersuchung Milch, Zwischenbericht Dezember 2009. Bonn.
- (2012) Sektoruntersuchung Milch, Endbericht Januar 2012. Bonn.
- BUSCH, G., A. HELLBERG-BAHR und A. SPILLER (2013): Real farmers' share, perceived farmers' share and fair distribution in food chains: a case study for Germany. Veröffentlichung in Vorbereitung. Göttingen.
- CWT (Cooperatives Working Together) (2013): CWT Website. In: <http://www.cwt.coop/>, Abruf: 14.01.2013. Arlington, USA.
- DAIRY AUSTRALIA (2012a): Dairy 2012: Situation and Outlook. Victoria, Australien.
- (2012b): Dairy 2012: Situation and Outlook – September 2012 Update. Victoria, Australien.
- (2013): Australian Milk Production Statistics, Dairy Australia Website. In: <http://www.dairyaustralia.com.au/>, Aktualisiert: 14.01.2013. Wellington, Neuseeland.
- DBV (Deutscher Bauernverband) (2009): Situationsbericht 2010: Trends und Fakten zur Landwirtschaft. Berlin.
- (2012): Milchquotenbörse in Deutschland. In: <http://www.bauernverband.de/milchquotenboerse>, Abruf: 06.01.2013.
- DCANZ (Dairy Companies Association of New Zealand) (2013): NZ Milk Production. In: <http://www.dcanz.com/>, Abruf: 15.01.2013. Wellington, Neuseeland.
- DESTATIS (2010): Milcherzeugung und -verwendung 2009. Wiesbaden.
- (2012a): Genesis-Online Datenbank: 42111-0005, Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Ge-
- werbe: Deutschland, 2010–2011, Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln, Schlachten und Fleischverarbeitung, Milchverarbeitung, Herstellung von Futtermitteln. In: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 30.11.2012.
- (2012b): Genesis-Online Datenbank: 41311-0003, Betriebe: Deutschland, 2003–2012, Rinder 2 Jahre und älter, Milchkühe. In: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 30.11.2012.
- (2012c): Genesis-Online Datenbank: 41311-0001, Gehaltene Tiere: Deutschland, 2003–2012, Rinder 2 Jahre und älter, Milchkühe. In: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 30.11.2012.
- (2013a): Genesis-Online Datenbank: VGR des Bundes – Konsumausgaben der privaten Haushalte (Nominal/preisbereinigt): Deutschland, 1991-2011. In: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 08.01.2013.
- (2013b): Genesis-Online Datenbank: Verbraucherpreisindex inkl. Veränderungsraten: Deutschland, 2000-2011. In: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 08.01.2013.
- DGRV (Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e.V.) (2012): Internationales Jahr der Genossenschaften. In: <http://www.genossenschaften.de/hintergrund>, Abruf: 10.01.2013.
- DMK (Deutsches Milchkontor) (2012): Unternehmen. In: <http://www.dmk.de/de/unternehmen/>, Abruf: 30.11.2012.
- DRV (Deutscher Raiffeisenverband e.V.) (2012): Ausblick 2012, Geschäftsbericht 2011. In: [http://www.raiffeisen.de/wp-content/uploads/downloads/2012/08/DRV\\_GB\\_2011\\_Internet.pdf](http://www.raiffeisen.de/wp-content/uploads/downloads/2012/08/DRV_GB_2011_Internet.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- ELITE (2010): MUH: „Alles andere als gut“ ... In: <http://www.elite-magazin.de/news/MUH-Alles-andere-als-gut-516175.html>, Abruf: 13.01.2013.
- EU-KOMMISSION (2005): Berggebiete in der Europäischen Union. In: [http://ec.europa.eu/agriculture/publi/rurdev/mountain2005\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/publi/rurdev/mountain2005_de.pdf), Abruf: 08.01.2013. Luxemburg.
- (2010): Pressemitteilung: Die EU genehmigt 500 Mio. EUR für Nahrungsmittelhilfeprogramme 2011. Pressemitteilung IP/10/1284 vom 04.10.2010. Brüssel.
- (2011): Pressemitteilung: 113 Mio. EUR für Programm zugunsten der Bedürftigsten 2012. Pressemitteilung IP/11/756 vom 20.06.2011. Brüssel.
- (2012a): Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 des europäischen Parlaments und des Rates. In: *Amtsblatt der europäischen Union*. Brüssel.
- (2012b): Communication & Information Resource Centre Administrator (CIRCA): Milk Management Committee Statistics. In: <http://circa.europa.eu/>. Aktualisiert: 13.12.2012, Abruf: 07.01.2013. Brüssel.
- EUROSTAT (2013): EUROSTAT Database. In: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>, Abruf: 07.01.2013. Luxemburg.
- FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations) (2013): International Commodity Prices. In: <http://www.fao.org/>, Abruf: 03.01.2013. Rom.
- GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) (2011): Consumer Index 11/2011. In: [http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps\\_de/consumerindex/ci\\_11-2011\\_extern.pdf](http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/consumerindex/ci_11-2011_extern.pdf), Abruf: 04.01.2013.

- (2012a): Consumer Index 01/2012. In: [http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps\\_de/consumerindex/ci\\_01\\_2012\\_od.pdf](http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/consumerindex/ci_01_2012_od.pdf), Abruf: 04.01.2013.
- (2012b): Consumer Index 10/2012. In: [http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps\\_de/consumerindex/ci\\_10-2012\\_od.pdf](http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/consumerindex/ci_10-2012_od.pdf), Abruf: 04.01.2013.
- GOULD, B.W. (2013): Dairy Data, Homepage of the Dairy Marketing and Risk Management Program. In: <http://future.aae.wisc.edu/>, Department of Agricultural and Applied Economics, Abruf: 06.01.2013. University of Wisconsin, USA.
- GPRA (Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V.) und TNS-EMNID (2011): GPRA-Vertrauensindex Q1/2011. Vergiftetes Vertrauen – Dioxin-Skandal lässt Lebensmittelbranche abstürzen. In: [http://www.gpra.de/news-media/vertrauensindex/newsdetails/?tx\\_branews\\_pi1\[item\]=52&cHash=cdb45ce2d8e60f2ab63f95f007d9ba85](http://www.gpra.de/news-media/vertrauensindex/newsdetails/?tx_branews_pi1[item]=52&cHash=cdb45ce2d8e60f2ab63f95f007d9ba85), Abruf: 05.01.2013.
- GTIS (Global Trade Information Services) (2013): Global Trade Atlas. In: <http://www.gtis.com>, Abruf: 02.01.2013. Columbia, USA.
- HELLBERG-BAHR, A., N. STEFFEN und A. SPILLER (2012a): Unternehmensstrategische Defizite in Genossenschaftsmolkereien: Eine mitgliederbasierte Fallstudie. In: Balmann, A. et al. (Hrsg.): Unternehmerische Landwirtschaft zwischen Marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. (GEWISOLA) 47: 391-402.
- HELLBERG-BAHR, A., M. FAHLBUSCH, B. BRÜMMER und A. SPILLER (2012b): Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse In: German Journal of Agricultural Economics 61 (Supplement, Die landwirtschaftlichen Märkte an der Jahreswende 2011/2012): 41-59.
- HUBER, L. ((2012): Gentechnisch unveränderte Lebensmittel – ein Trend in der bayerischen Molkereiwirtschaft. In: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.): Qualität – ein missverständlicher Begriff. Dokumentation des 8. Marktforum, Freising-Weißenstephan: 69-75. In: [http://www.lfl.bayern.de/publikationen/daten/schriftenreihe/p\\_45064.pdf](http://www.lfl.bayern.de/publikationen/daten/schriftenreihe/p_45064.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- IMF (International Monetary Fund) (2012): World Economic Outlook – Coping with High Debt and Sluggish Growth, October 2012. Washington, DC, USA.
- LANDESVEREINIGUNG DER BAYERISCHEN MILCHWIRTSCHAFT (2012): Bewusst genießen – Sprechen Sie Milch? Pressemitteilung vom 20.11.2012. In: [http://www.milchland-bayern.de/ml1.php?m=pd\\_b\\_showdownloads&pz=361](http://www.milchland-bayern.de/ml1.php?m=pd_b_showdownloads&pz=361), Abruf: 07.01.2013.
- LZNET (2011): Arla darf Allgäuland übernehmen. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012a): Arla in Deutschland fast am Ziel. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012b): Unternehmensgruppe Theo Müller. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012c): Royal Friesland Campina N.V. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- LZNET (2012d): DMK-Genossenschaften fusionieren. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012e): DMK investiert in Babykost. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012f): Rosen Eiskrem geht an DMK Deutsches Milchkontor. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012g): Top 100 Lieferanten Deutschland 2012. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012h): Rücker baut Markengeschäft auf. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012i): Kartellamt in der Kritik. In: <http://www.lz-net.de>, Abruf: 10.01.2013.
- MILCHTRENDS (2013): Milchtrends Website. In: <http://www.milchtrends.de/>. Göttingen, Braunschweig.
- MIV (Milchindustrie-Verband e.V.) (2010): Die größten Molkereien (D). In: [http://www.milchindustrie.de/de/teaser\\_2008/top25-molkereien-umsatz-und-milchverarbeitung/](http://www.milchindustrie.de/de/teaser_2008/top25-molkereien-umsatz-und-milchverarbeitung/), Abruf: 22.12.2010. Berlin.
- (2011): Milch und mehr – die deutsche Milchwirtschaft auf einen Blick. In: Verlagsbeilage im journalist (Dez. 2011), <http://www.milchindustrie.de/marktdaten/>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012a): Beilage zum Geschäftsbericht 2011/2012, Zahlen – Daten – Fakten. In: [http://www.milchindustrie.de/fileadmin/Dokumente/Verband/ZahlenDatenFakten\\_2011\\_2012\\_Homepage.pdf](http://www.milchindustrie.de/fileadmin/Dokumente/Verband/ZahlenDatenFakten_2011_2012_Homepage.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- (2012b): Milchverarbeitende Unternehmen. In: <http://www.milchindustrie.de/marktdaten/>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012c): TOP 20 Molkereien in Deutschland 2010/2011. In: [http://www.milchindustrie.de/uploads/tx\\_news/TOP\\_Molkereien\\_DE\\_Homepage.pdf](http://www.milchindustrie.de/uploads/tx_news/TOP_Molkereien_DE_Homepage.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- MUH (Milchunion Hoheifel e.G.) (2012): Geschäftsbericht 2011. In: <http://www.muh.de/service.htm>, Abruf: 15.01.2013.
- NESTLE (2012): Das is(s)t Qualität, Kurzfassung. Frankfurt a. M.
- NIELSEN (2006): Universen 2006, Handel und Verbraucher in Deutschland. In: [http://www.de.nielsen.com/pubs/documents/ACNielsen\\_Universen2006.pdf](http://www.de.nielsen.com/pubs/documents/ACNielsen_Universen2006.pdf), Abruf: 10.03.2013.
- (2011): Handel Verbraucher Werbung Deutschland 2011. In: [http://www.de.nielsen.com/site/documents/Nielsen\\_D2011\\_internet\\_23.08.pdf](http://www.de.nielsen.com/site/documents/Nielsen_D2011_internet_23.08.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- (2012) Handel Verbraucher Werbung Deutschland 2012. In: [http://nielsen.com/content/corporate/de/de/insights/presseseite/2012/nielsen-legt-jahrbuch-handel-verbraucher-werbung-2012-vor/\\_jcr\\_content/par/download\\_0/file.res/Nielsen\\_Handel-Verbraucher-Werbung-2012\\_D\\_Komplett\\_Web.pdf](http://nielsen.com/content/corporate/de/de/insights/presseseite/2012/nielsen-legt-jahrbuch-handel-verbraucher-werbung-2012-vor/_jcr_content/par/download_0/file.res/Nielsen_Handel-Verbraucher-Werbung-2012_D_Komplett_Web.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- PROPLANTA (2013): Neue EU-Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse in Kraft getreten. In: [http://www.proplanta.de/Agrar-Nachrichten/Agrarpolitik/Neue-EU-Qualitaetsregelungen-Agrarerzeugnisse\\_article1357475453.html](http://www.proplanta.de/Agrar-Nachrichten/Agrarpolitik/Neue-EU-Qualitaetsregelungen-Agrarerzeugnisse_article1357475453.html), Abruf: 15.01.2013.
- RABOBANK (2012): Global Dairy Top-20. In: [http://cdn.pressdoc.com/27385/documents/17355-1342450188-Rabobank\\_Dairy\\_Top20\\_HuntBattum\\_July2012.pdf](http://cdn.pressdoc.com/27385/documents/17355-1342450188-Rabobank_Dairy_Top20_HuntBattum_July2012.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- SBKB (Süddeutsche Butter- und Käsebörsen e.V.) (2013): Website der Süddeutschen Butter- und Käsebörsen e.V. In: <http://www.butterkaeseboerse.de/>. Kempten.
- THIELE, H.D. und A. MEYN (2013): Innovationen der Molkereien in Deutschland. In: Milch-Marketing 01/13: 20-21.
- THÜNEN-INSTITUT (o.J.): Erzeugeranteil an den Nahrungsmittelausgaben in Deutschland 2011 erneut gestiegen. In: <http://www.ti.bund.de/de/startseite/institute/ma/aktu>

- elles-service/erzeugeranteil-erneut-gestiegen.html, Abruf: 09.01.2012.
- USDA-AMS (United States Department of Agriculture – Agricultural Marketing Service) (2013): International Dairy Market News Reports. Washington, DC, USA.
- USDA-FAS (United States Department of Agriculture – Foreign Agricultural Service) (2012a): Mexico: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number MX2074, 26.10.2012. Washington, DC, USA.
- (2012b): China – Peoples Republic of: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number CH12064, 19.10.2012. Washington, DC, USA.
- (2012c): Japan: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number JA2025, 07.11.2012. Washington, DC, USA.
- (2012d): Russian Federation: Dairy and Products Annual. Global Agriculture Information Network (GAIN) Report Number RS1269, 06.11.2012. Washington, DC, USA.
- (2012e): Dairy: World Markets and Trade. Circular Series, FD 2-12, December 2012. Washington, DC, USA.
- (2013): Production, Supply and Distribution Online (PSD Online) Database. Washington, DC, USA.
- WEINDLMAIER, H. (2012a): Strategische Perspektiven der europäischen Milchindustrie 2020. Bückler Fachverlag, Bad Breisig.
- (2012b): Europäische Molkereiwirtschaft: Die Bedeutung und Merkmale von Fusionen und Akquisitionen. Teil I: molkerei-industrie 07/12: 8-13; Teil II: molkerei-industrie 08/12: 48-50.
- ZMB (Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH) (2012a): Aktuelle Quotenausnutzung – Deutschland: Quote leicht unterliefert. In: <http://www.milk.de/pages/de/Marktinformation.htm#Quote>, Abruf: 10.01.2013.
- (2012b): Milchmarkt 2012: Schwankendes Milchaufkommen, schwankende Preise. In: [http://www.milk.de/download/ZMB\\_Jahresr%C3%BCckblick-2012.pdf](http://www.milk.de/download/ZMB_Jahresr%C3%BCckblick-2012.pdf), Abruf: 10.01.2013.
- ZMP (Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle) (v.J.): Marktbilanz Milch, Zentrale Markt und Preisberichterstattung. Verschiedene Jahrgänge, Bonn.
- ZÜHLSDORF, A. und A. SPILLER (2012): Grauzone Lebensmittelkommunikation: Empirische Studie zur Verbraucherwahrnehmung im Spannungsfeld von Informationsanforderungen und Aufmerksamkeitsregeln im Auftrag der Verbraucherzentralen. Georg-August-Universität Göttingen und Agrifood Consulting GmbH, Göttingen.

Kontaktautor:

**PROF. DR. ACHIM SPILLER**

Georg-August-Universität Göttingen

Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung

Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen

E-Mail: [a.spiller@agr.uni-goettingen.de](mailto:a.spiller@agr.uni-goettingen.de)