

Was braucht es in Österreich, um den Milchbereich wieder flott zu bekommen?

Helmut Petschar^{1*}

Die letzten zwei Jahre waren für die österreichische Milchwirtschaft ein besonderer Härte-test. Nach einer für die Milchwirtschaft recht guten Entwicklung 2013 und 2014 kam es in den Jahren 2015 und 2016 zu einer sehr schwierigen Situation auf den europäischen Milchmärkten. Am Anfang standen die Sanktionen Russlands, damit fielen über Nacht ein Drittel der gesamten EU-Käseexporte weg, gefolgt von einer Produktionsausweitung infolge der Abschaffung des EU-Milchquotensystems. Die zurückhaltende Nachfrage in den verbliebenen wichtigsten Exportdestinationen führte zu einer weltweiten Krise auf den Milchmärkten, die letztendlich auch Österreich erfasste.

Österreich ist voll eingebunden in den EU-Markt, 50 % aller Milch- und Käseprodukte werden im Ausland abgesetzt, 30 % werden importiert, für die österreichische Milchwirtschaft ist es daher wichtig, dass sich die gesamte EU und weltweite Milchwirtschaft positiv entwickelt, wir sind ein Teil davon. Trotzdem haben wir Handlungsmöglichkeiten, die wir nützen aber auch umsetzen müssen!

Eine erste Analyse der letzten Milchkrise zeigt auch, dass es der österreichischen Milchwirtschaft trotz Preisrückgängen gelungen ist, vergleichsweise besser durch die Krise zu kommen, dies vor allem aufgrund der heimischen Qualitätsstrategie und der hervorragenden Milchprodukte. Diskutiert man mit Experten der Milchwirtschaft, so ist klar, dass diese Milchkrise nicht die letzte gewesen sein wird, es gilt daher den Sektor darauf vorzubereiten, die gesamte Milchwirtschaft robuster zu gestalten, Maßnahmen zu entwickeln, welche die Volatilität etwas mildern, Produkte und Märkte zu entwickeln, die einen Mehrwert absichern können und konsequent an der österreichischen Qualitätsstrategie weiter zu arbeiten und diese auszubauen. Insgesamt wird es also notwendig sein, gerade am heimischen Markt dafür zu sorgen, dass die gesamte Lebensmittelkette – Bauern, Verarbeiter, Handel, Gastronomie und Konsument – diese Qualitätsstrategie mittragen, sodass unsere Produkte mit den hohen Qualitäten auch bis zu den Konsumenten kommen. Ich bin überzeugt, unsere Konsumenten schätzen unsere hohe Qualität. Wir, in den Verarbeitungsbetrieben, müssen und sind auch bereit, die Ansprüche der Konsumenten zu erfüllen, aber, und ich denke, das ist ganz wichtig, diese Mehraufwände müssen auch eine faire Abgeltung finden. Nur dann ist es möglich, unsere flächendeckende österreichische Milchwirtschaft, die mit naturgegebenen Nachteilen zu kämpfen hat, die aber hervorragende Ausgangssituation im Bereich Qualität hat, in Zukunft fortführen zu können.

Es geht also darum, dass beginnend beim Bauern, vom Verarbeitungsbetrieb, den Lebensmittelhandel, aber auch von der Gastronomie diese Qualitätsstrategie glaubhaft und tatkräftig mitgetragen wird, nicht nur in der Werbung und in den Aussagen, sondern vor allem in der Regalbestückung und am Frühstückstisch. Weiters brauchen wir dazu natürlich auch entsprechende politische und rechtliche Rahmen, um uns in diese Richtung weiterentwickeln zu können:

- Unsere Landwirte sind gut ausgebildet und haben die Fähigkeit und Kenntnis, hochwertige Milch zu erzeugen, sie müssen durch entsprechende Rahmenbedingungen unterstützt werden, dass eine Milchproduktion auch in Zukunft in unseren Regionen, ermöglicht wird. Sie müssen motiviert werden, diese Qualitätsstrategie auch unter den gegebenen Produktionsstrukturen mitzutragen und es muss möglich sein, daraus Einkommen zu erwirtschaften. Dazu braucht es auch Augenmaß bei gesetzlichen Auflagen im benachteiligten Gebiet. Produktion darf nicht behindert oder verhindert werden!
- Die Milchverarbeiter sind es, welche Qualitätsstrategien und marktfähige Produkte entwickeln müssen, um den Bauern auch entsprechendes Einkommen zu sichern. Sie müssen sich weiterentwickeln können. In den Molkereien entsteht Wertschöpfung, die den Regionen, den Mitarbeitern, vor allem aber den Bauern zugutekommt. Sie müssen innovative Produkte entwickeln und im In- und Ausland neue Märkte erschließen.
- Der Handel ist ein wichtiger Partner in der Lebensmittelkette, über ihn findet der allergrößte Teil der Produkte seinen Weg zum Konsumenten, gefragt ist eine faire partnerschaftliche Zusammenarbeit. Die Wertschöpfung, die auch in diesem Bereich notwendig ist, muss auch die Kosten von Bauern und Verarbeitern abgelten. Der Handel nutzt die Regionalität unserer Produkte immer mehr, wichtig dabei ist, dass die Landwirte und die Verarbeiter, die den erhöhten Aufwand, die Mehrkosten, die Kosten der Zertifizierung und der getrennten Verarbeitung zu tragen haben, auch ihren entsprechenden Teil erhalten. Es darf nicht sein, dass der Mehrwert nur auf einer Stufe verbleibt.
- Gastronomie und Fremdenverkehr sind ebenfalls ein wesentlicher Partner der heimischen Milchwirtschaft, sie nutzen und „verkaufen“ das Nebenprodukt der Milchwirtschaft, unsere schöne Landschaft, die wesentlich von den Milchbauern gestaltet und erhalten wird. Umso

¹ Präsident der Vereinigung Österreichischer Milchverarbeiter, Villacher Straße 92, A-9800 Spittal/Drau

* Ansprechpartner: Dir. Helmut Petschar, office@kaerntnermilch.at



wichtiger, dass der Gast hier auch in Österreich heimische Produkte auf seinem Teller angeboten bekommt, möglicherweise ist hier Handlungs- und Nachbesserungsbedarf bei der Herkunftskennzeichnung. Schließlich geht es nicht nur um den direkten Absatz der Produkte, sondern ganz besonders auch um das Drumherum, um Verständnis für die Produkte und die Produktionsweise in unseren Regionen und damit einen Mehrwert für die Landwirtschaft, die die wesentliche Leistung dafür erbringt, zu erreichen.

- Der Konsument selbst wünscht und schätzt zum allergrößten Teil unsere hohe Qualität, Gentechnikfreiheit, Regionalität, Bio, ... Es ist dafür Sorge zu tragen, dass die Qualität auch möglichst glaubhaft zu den Konsumenten kommt, nur dann ist die Bereitschaft da, auch die Mehrkosten zu zahlen. Auch hier sollte darüber nachgedacht werden, für den Konsumenten eine bessere und verständlichere Kennzeichnung, vor allem auch hinsichtlich Qualität und Herkunft zu erreichen. Es bedarf aber einer glaubhaften und ehrlichen Information über die Produkte und deren Besonderheiten. In Österreich gibt es dankenswerterweise die AMA Marketing GmbH, welche den Auftrag hat, in diese Richtung besonders zu arbeiten und Information über die Qualität der heimischen Produkte zu vermitteln. Wir müssen mit unseren Konsumenten direkt in eine Qualitätsdiskussion und weg von der Preisdiskussion kommen.
- Hinsichtlich der politischen Rahmenbedingungen geht es darum, auf EU- und nationaler Ebene Voraussetzungen zu schaffen, dass die österreichische Milchwirtschaft wettbewerbsfähig produzieren kann. Dies erfordert einen absoluten Stopp bei kostentreibenden Auflagen, im Gegenteil, es müssen Kostennachteile abgegolten werden, sei es bei naturbedingten erhöhten Transportkosten, ein Stopp bei Gebühren und neuen Auflagen. Wir brauchen in Österreich auch entsprechende Rahmenbedingungen zur Aus- und Weiterbildung, für Forschung und Entwicklung und ein insgesamt wirtschafts- und produktionsfreundliches Klima. Die aktuellen Arbeitszeitregelungen sind zu überdenken.
- Auf EU-Ebene bedarf es entsprechender rechtlicher Rahmenbedingungen: Maßnahmen zur Reduktion der

Volatilität auf den Märkten, unfaire Handelspraktiken sind abzustellen, ein wirksames Sicherheitsnetz durch angepasste Interventionspreise, Unterstützungen für die Bewirtschaftung und Abgeltung für Umwelleistungen und erhöhte Tierschutzauflagen. Weiters muss es eine Unterstützung bei den Investitionen geben, sowohl in der Produktion, als auch in der Verarbeitung, um auch in unseren Regionen wettbewerbsfähig zu sein.

- Besonders brauchen wir infolge unserer hohen Exportausrichtung wirksame Unterstützung beim Export, Unterstützung bei der Eröffnung neuer Märkte durch geeignete Handels- und Veterinärabkommen und Unterstützung von Marketingaktivitäten bei ausländischen Veranstaltungen und Messen.
- Schließlich erwarte ich mir auch eine neue Sozialpartnerschaft – und zwar von allen Sozialpartnern – eine Unterstützung für den Ausbau und die Erhaltung des Milchstandortes Österreich. Die Milchwirtschaft und der ländliche Raum sind ein wesentlicher Teil der gesamten heimischen Wirtschaft, sie braucht die Unterstützung aller Sozialpartner, der Landwirtschaftskammer, der Wirtschaftskammer, des ÖGB und auch der Arbeiterkammer. Auch wenn jeder unterschiedliche Interessenslagen zu vertreten hat, so sollte dennoch eine gemeinsame positive Zielsetzung zur Entwicklung der heimischen Milchwirtschaft gegeben sein und in der täglichen Arbeit spürbar sein. Ich erwarte auch von allen Organisationen und Verbänden eine gute Zusammenarbeit im Interesse der Milchwirtschaft, jeder ist berufen, in seinem Wirkungsbereich bestmöglich zu arbeiten, ich denke daraus kann für die gesamte Milchwirtschaft erstens mehr Verständnis und zweitens mehr Ergebnis resultieren.

Die heutige Welt bietet dem Milchstandort Österreich viele Herausforderungen, aber auch viele Chancen. Die weltweite Nachfrage nach Milchprodukten wächst und wir haben Konsumenten, die sich hochwertige Produkte leisten können und diese auch wollen. Ich bin optimistisch, dass sich die österreichische Milchwirtschaft mit den richtigen Rahmenbedingungen und einem ehrlichen Bemühen aller Beteiligten positiv weiterentwickeln kann. Höchste Qualität von Produkten wird auch zukünftig Bestand haben.