

Rolle und Bedeutung genossenschaftlich organisierter Milchverarbeiter

Johann SCHNEEBERGER

Obmann der Berglandmilch, Wels

Ich habe mir erlaubt, den Titel meines Impulsreferates leicht abzuändern. Ich möchte in meinen Ausführungen nicht auf Molkereien im Allgemeinen eingehen, sondern mich auf Genossenschaftsmolkereien konzentrieren. Es besteht für den Milchbauern jetzt schon und sicherlich noch verstärkt in Zukunft ein qualitativer Unterschied, ob er Rohstofflieferant oder Miteigentümer eines starken Verarbeitungsunternehmens ist.

Ausgangslage

Auf den Milchmarkt wirken zahlreiche externe Einflussfaktoren ein. Globale Parameter wie Weltbevölkerung, Klimawandel oder Wirtschaftswachstum genau so wie regionale bzw. nationale Besonderheiten. Zusätzlich zu fundamentalen Einflüssen gibt es noch den Faktor Spekulation, welcher die Unsicherheit zukünftiger Entwicklungen nutzt.

Marktregulative

Die oben angeführten Einflüsse gibt es seit jeher. Durch Marktsteuerungsinstrumente wurden jedoch die Auswirkungen der Einflüsse reguliert. Nachdem nun diese Regelungen wie Intervention, Milchquote, Exporterstattung, Beihilfen und Stützungen auslaufen bzw. massiv abgeschwächt wurden, schlagen die immer schon vorhandenen Einflüsse jetzt auf den Milchmarkt stärker durch. Die durch Abschaffung der Marktregulative größere Unsicherheit über zukünftige Entwicklungen fördert wiederum den Eintritt von Spekulanten auf dem Milchmarkt. In der Vergangenheit hatten fundamentale Nachrichten wie Ernteausfälle aufgrund von Naturkatastrophen geringe Auswirkungen auf die Marktpreise, da es z. B. ein Interventionslager gab, welches eine Verknappung verhindern konnte. Jetzt und in Zukunft wird die fundamentale Nachricht eines Ernteausfalles den Preis beeinflussen, zudem kann durch Hysterie und Spekulation der Marktpreis noch stärker beeinflusst werden als fundamental gerechtfertigt wäre.

Partnerschaft

In diesem Umfeld wirtschaften heute Milchbauern, Milchverarbeiter und Lebensmittelhandel.

Preisausschläge werden uns auf den Rohstoffmärkten zukünftig begleiten. Auf der Angebotsseite ist damit zu rechnen, dass es aufgrund fallender Produktionsbeschränkungen zu einer Erhöhung der Produktion in den europäischen Gunstlagen der Milchproduktion kommen wird. Österreich mag aufgrund seiner Gebirgs- und Hügel-Regionen sowie

aufgrund der kleineren, bäuerlichen Strukturen nicht als Gunstlage erscheinen. Es spricht aber auch einiges für den Produktionsstandort Österreich. Wasser ist kein knappes Gut in Österreich.

Die klimatischen Bedingungen sind gut. Die kleineren Strukturen ermöglichen ein flexibles Produzieren auf hohem Qualitätsniveau. Kein anderes Land in der Europäischen Union kann eine so hohe Vielfalt an Rohmilchqualitäten bieten. Gentechnikfreie Milch, Biomilch, Almmilch, Bergbauermilch, ... Und die bäuerlichen Familienbetriebe werden den Wettbewerb mit fremdfinanzierten „Agrarfabriken“, welche sich auf Fremdarbeitskräfte stützen, nicht scheuen müssen. Sie arbeiten effizient und nachhaltig.

Aber liberalisierte Märkte bringen auch Herausforderungen mit sich. Der Wettbewerb auf jeder Wertschöpfungsstufe wird härter. Viele Unsicherheiten werden die Marktteilnehmer in den nächsten Jahren begleiten. Steigt die Rohmilchproduktion in Europa weiter so stark wie in den letzten Monaten? Hält die Nachfrage Schritt? Wollen wir uns in Europa hochwertige Lebensmittel leisten? usw....

Die Milchbauern werden sich in diesem Zusammenhang auch Gedanken über ihren Marktpartner machen.

Wie ist meine Molkerei allgemein aufgestellt? Wird sie sich auf liberalisierten Märkten mittelfristig behaupten können? Wird meine produzierte Rohmilch zur Gänze abgenommen und zu welchem Preis?

Welche Interessen hat die Molkerei? Mitgliederförderung oder Gewinnmaximierung und wer bestimmt im Unternehmen? Wie ist der Umgang mit Lieferanten allgemein?

Genossenschaft Berglandmilch

Als bäuerliche Genossenschaft wird sich auch das Unternehmen Berglandmilch diesen Herausforderungen stellen (müssen). Ich bin zuversichtlich, dass unser Unternehmen stark genug ist, langfristig für seine Eigentümer Mehrwert schaffen zu können. Mehrwert in Form von wettbewerbsfähigem Rohmilchpreis, aber auch in Form von (Liefer-)Modellen, Beratungsleistungen und ganz allgemein in Form einer Unternehmenskultur, die auf die Erfordernisse des Marktes einerseits, aber eben auch auf die Bedürfnisse seiner Eigentümer, über 15.000 Milchbauern, Rücksicht nimmt.

Rohmilch zu bündeln und zu verkaufen kann eine Strategie für die Zukunft sein. Die Strategie der Berglandmilch-Bauern ist, gemeinsam Rohmilch zu sammeln, zu veredeln und unter starken Marken zu vertreiben.