

Sonderausgabe

AM 11.11.2020 UM 11:11 UHR haben Vertreter verschiedener Organisationen der Landwirtschaft einen Forderungskatalog bei ihren Vermarktern wie Molkereien und Schlachthöfen abgegeben. Am 19.11 sollen die Antworten von diesen Organisationen wieder abgeholt werden. Unsere Antwort fügen wir diesem Sonderrundschreiben bei. So-

wohl dieses Rundschreiben als auch der Forderungskatalog und unsere Antwort darauf sind auf unserer Homepage veröffentlicht.

Mit dieser Milchinfo-Sonderausgabe informieren wir zudem unsere Eigentümer und Milcherzeuger über die Situation in der Branche und im Unternehmen.



Zuallererst der Milchpreis!

DIE PREISRUNDE MIT DEM DEUTSCHEN HANDEL in der weißen Linie hat im Durchschnitt über alle Kunden und Sortimente niedrigere Preise ergeben. Ein Absturz ist aber – entgegen einiger Pressemeldungen – nicht erfolgt. Der Weltmarkt und die Notierungen der wichtigen Eckartikel bewegen sich seit Monaten kaum. Der Börsenmilchpreis als wichtiger Frühindikator hat sich ebenfalls kaum verändert. Im Frühjahr dieses Jahres hat der deutsche Handel angesichts der Corona Pandemie einen Aufschlag bezahlt, der allerdings nicht von den Marktindikatoren abzuleiten war. Dieser Aufschlag wurde reduziert, da die Märkte sich nicht verändert haben.

durch die rückläufige Nachfrage in den Industrienationen frei werdende Milchmenge vom Weltmarkt aufgenommen werden kann. Ein Aussetzen der marktwirtschaftlichen Systeme durch staatliche Eingriffe, Zollschränken, Mauern oder Quoten wurde oft versucht, gelungen ist es bisher nicht.

Was macht die Branche, was macht Hochwald!

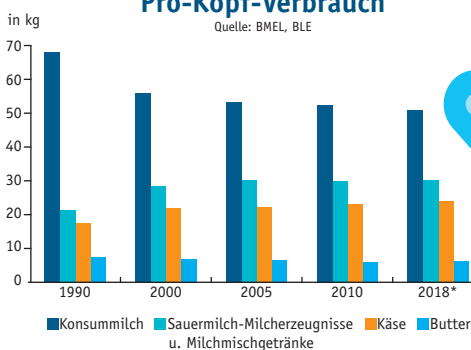
DIE SINKENDE NACHFRAGE, die Verbreitung von Milchalternativen, das sinkende Bewusstsein der Bevölkerung für die Landwirtschaft, der Klimawandel und die Forderungen der Verbraucher nach mehr Tierwohl beherrschen mittlerweile die öffentliche Diskussion.

Die **Branche** muss sich wieder aktiv in die Diskussion einmischen und kommunizieren, das wird aber nicht durch Streiks oder Demonstrationen erreicht, sondern durch Dialog und Aufklärung. Die ältere Generation an Verbrauchern ist in ihrer Meinung gefestigt, die jüngere Generation muss erreicht werden. Diese Generation verlieren wir zusehends an andere Märkte wie vegetarische oder vegane Ernährung. Dazu ist es erforderlich in den neuen Medien stattzufinden und nicht auf althergebrachtes in der **Kommunikation** zu setzen. Die Branche hat sich mit großer Mehrheit für eine gemeinsame Branchenkommunikation entschieden, aber die selbst gesteckte Hürde von 80% wurde nicht erreicht. Es lohnt sich, dafür zu kämpfen, auch die Sceptiker zu überzeugen.

Der **Klimawandel** ist nicht mehr zu ignorieren. Die Mehrheit der Regierungen weltweit haben sich dem Pariser Klimaabkommen unterworfen. Viele große Unternehmen schließen sich mit eigenen Klimazielen dieser Entwicklung an. Auch die EU und die Bundesregierung haben ihre Klimaziele benannt. Alle Sektoren – auch die Landwirtschaft – werden dazu beitragen müssen. Hochwald hat wie viele andere Nahrungsmittelhersteller und Molkereien die Herausforderungen frühzeitig angenommen. Die erste Säule unserer Strategie „Hochwald 2020“ lautet daher „gesellschaftliche Verantwortung“. Viele einzelne Projekte sind in dieser Säule zusammengefasst. Für die Milcherzeuger wurde das System „MilchPlus“ entwickelt, als ein Element von vielen im Unternehmen. Diese Maßnahmen sind

Pro-Kopf-Verbrauch

Quelle: BMEL, BLE



Damit die Milcherzeuger einen Überblick über das aktuelle Marktgeschehen haben, veröffentlicht Hochwald jeden Monat im Rundschreiben die Börsenmilchwerte sowie die Kommentare zur Marktentwicklung.

Insgesamt bewegen sich aufgrund von Angebot und Nachfrage die Verwertungen in den Molkereien seit Monaten geringfügig, genau so wie die Milchpreise. **Trotz der rückläufigen Preise im Inland wird Hochwald den Auszahlungspreis stabil halten.**

Bezüglich der Situation bei Hochwald ist anzumerken, dass wir auch in 2020 - im dritten Jahr in Folge - **einen überdurchschnittlichen Milchpreis auszahlen können.** Die ersten Erfolge von „Hochwald 2020“ haben sich - wie im Jahre 2016 versprochen - eingestellt. Wenn wir den Weg der strategischen Neuausrichtung konsequent zu Ende gehen, werden wir das Ziel, dauerhaft überdurchschnittlich auszuzahlen, auch erreichen.

Die Preisgespräche basieren auch in der Milchwirtschaft – wie überall in marktwirtschaftlichen Systemen – auf Angebot und Nachfrage. Da weltweit, in Europa und auch in Deutschland die Milchmenge gestiegen ist, die Nachfrage nach Milchprodukten in Europa und Deutschland aber seit Jahren kontinuierlich sinkt, war ein Marktumfeld für Preiserhöhungen nicht vorhanden. Die Weltmarktnachfrage nach Milchprodukten wächst. Allerdings wird es noch dauern, bis die Mehrproduktion und die

richtig und wichtig, um auch in Zukunft Molkereiprodukte vermarkten zu können und das Vertrauen der Gesellschaft zur Landwirtschaft wieder ein Stück weit zurück zu bringen.

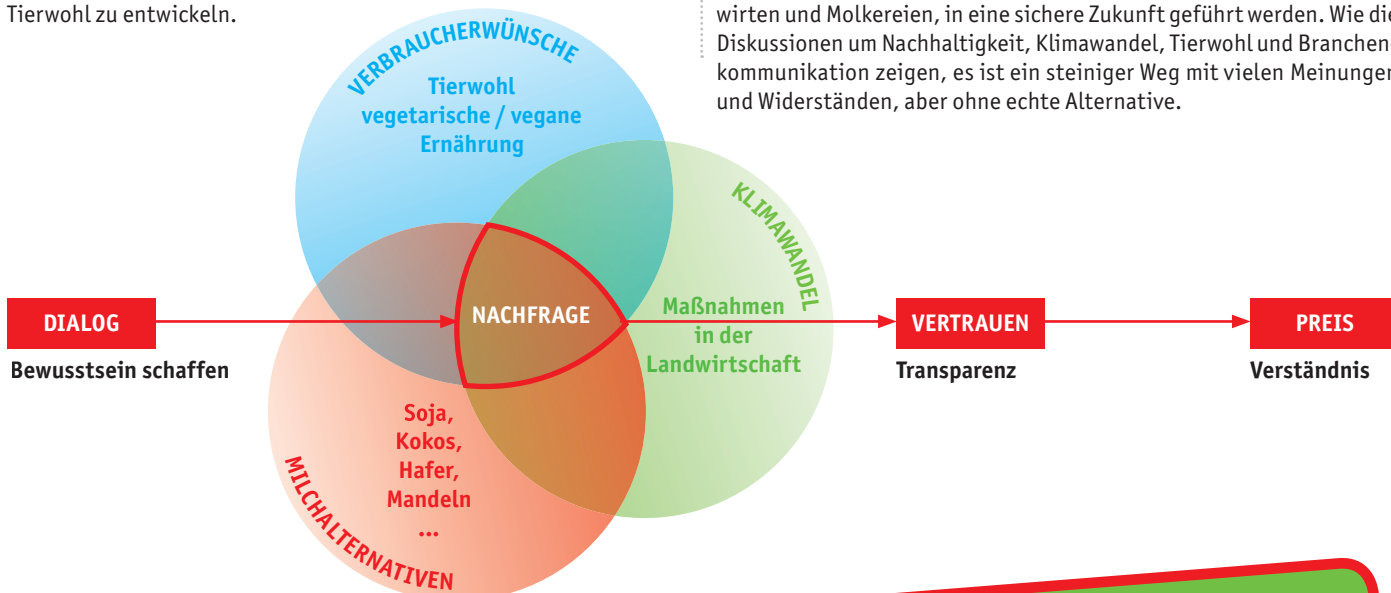
Das gilt auch für das Thema **Tierwohl**. Viele Menschen haben mittlerweile ein ethisches Problem damit, Produkte tierischen Ursprungs zu konsumieren. Wir können das ignorieren oder uns der Diskussion stellen. Ersteres ist keine Option, denn sonst verlieren wir viele Verbraucher. Letzteres erreicht man nicht durch Behauptungen, sondern nur durch Fakten. Zur Dokumentation der Fakten braucht es aber Systeme wie MilchPlus, die nachvollziehbar und messbar machen.

Auf die gesellschaftliche Diskussion zum Thema Tierwohl haben Bundesregierung und Handelsorganisationen reagiert. Sowohl vom Landwirtschaftsministerium als auch von privater Stelle wurden Tierwohl-Initiativen gestartet. In der Initiative Tierwohl (ITW) als privatwirtschaftlicher Organisation sitzen Vertreter von Handel, Bauernverband, Vermarktern wie Molkereien oder Schlachthöfen und Landwirte zusammen und versuchen ein für alle verträgliches System für mehr Tierwohl zu entwickeln.

Verweigern wir uns dieser Diskussion, werden Vorgaben vom Handel oder vom Gesetzgeber gemacht, ohne dass wir als Branche darauf Einfluss nehmen können. Auch da helfen keine Demonstrationen, dem Dialog müssen wir uns stellen.

Dazu wird es erforderlich sein, das **QM System** weiterzuentwickeln. Dabei gilt, dieses System ist in der Hand der Branche, nämlich von MIV, DBV und DRV. Bewegen wir uns aber nicht, werden Handel oder Politik eigene Systeme entwickeln. Ein Mitspracherecht haben wir dann nicht mehr.

Um einen Überblick über alle diese Strömungen innerhalb der Branche zu haben und eine Richtung zu bekommen, wurde die **Sektorstrategie Milch** entwickelt. Diese wurde im Frühjahr 2019 vorgestellt, die Umsetzung z. B. mit der **Branchenkommunikation** und der Weiterentwicklung von QM-Milch läuft gerade. Auch da gilt, „nur wer ein Ziel hat, der weiß wo er hinlaufen muss“. Bei konsequenter Umsetzung der Sektorstrategie kann der Milchmarkt mit allen seinen Teilnehmern, wie Landwirten und Molkereien, in eine sichere Zukunft geführt werden. Wie die Diskussionen um Nachhaltigkeit, Klimawandel, Tierwohl und Branchenkommunikation zeigen, es ist ein steiniger Weg mit vielen Meinungen und Widerständen, aber ohne echte Alternative.



Hochwald ist mit Haupt- und Ehrenamt in allen Arbeitsgruppen und Organisationen vertreten. Die konstruktive Mitarbeit lohnt sich, für die Zukunft der Branche und die Zukunft der Milcherzeuger in Deutschland!

Uns ist als Genossenschaft der Dialog wichtig. Ihnen als unsere Eigentümer und Milchlieferanten stehen für die Diskussion unsere Erzeugerberater, die Vertreter und die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat Rede und Antwort auf Ihre Fragen.

Aufgrund der Coronabedingten Auflagen für Versammlungen und aus Vorsorge des mittlerweile wieder rasanten Anstiegs an Neuinfektionen werden die Mitgliederversammlungen im Herbst nicht stattfinden können. Wir werden Sie aber über das **Milknet** regelmäßig informieren.

WIR SIND HOCHWALD

gemeinsam mehr erreichen