

Vermarktungsalternativen Teil Ökonomie – Möglichkeiten für sächsische Milcherzeuger



Fachinformationsveranstaltung ISS Löbau, 25.01.2023

Milch als Leitlebensmittel im Supermarkt

Deutschland ist der am härtesten umkämpfte Milchmarkt der Welt. Das liegt zum einen an dem knallharten Wettbewerb zwischen den Einzelhändlern. Der Anteil der Discounter liegt hierzulande mit 41 Prozent doppelt so hoch wie im europäischen Durchschnitt.

Milch ist ein Leitlebensmittel. Der Preis gilt als untrüglicher Indikator, ob ein Supermarkt insgesamt günstig oder teuer ist. Und so wird der Wettbewerb vor allem im Kühlregal ausgetragen. Senkt ein Anbieter die Preise, müssen die anderen nachziehen.

Milch ist eines der meistgekauften Produkte. Statistisch gesehen trinkt jeder Deutsche rund 55 Liter im Jahr. Zählt man Sahne, Quark, Joghurt oder Butter hinzu, verbraucht der Bundesbürger 95 Kilogramm Frischmilcherzeugnisse. Und beim Kauf achtet mehr als jeder Zweite laut Verbrauchs- und Medienanalyse Vuma ausschließlich auf den Preis.

Lebensmittelpreise und Inflation

Hofläden melden Umsatzeinbruch - Verbraucher wollen es billig



18% Umsatzrückgang
in den Hofläden
Landwirtschaftlicher
Betriebe von Januar
bis Mai 2022

Und die Situation hat sich
auch zu Beginn 2023 nicht
verbessert, eher
verschlechtert.

© imago/Skata Aufgrund der steigenden Lebenshaltungskosten und hoher Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln zu sparen. Landwirte mit Dies durch rückläufige Umsätze im Hofladen zu spüren.

Dennoch sehen die Banker die Zukunft der Hofläden nicht nur Schwarz: Trotz des schwierigen Marktumfeldes könne sich der Einstieg in die Direktvermarktung lohnen, sagen die Finanzexperten. Insbesondere in der Nähe von Ballungsräumen mit hoher Kaufkraft dürften regionale, biologische Lebensmittel direkt vom Erzeuger weiterhin ein stark nachgefragtes Segment bleiben.

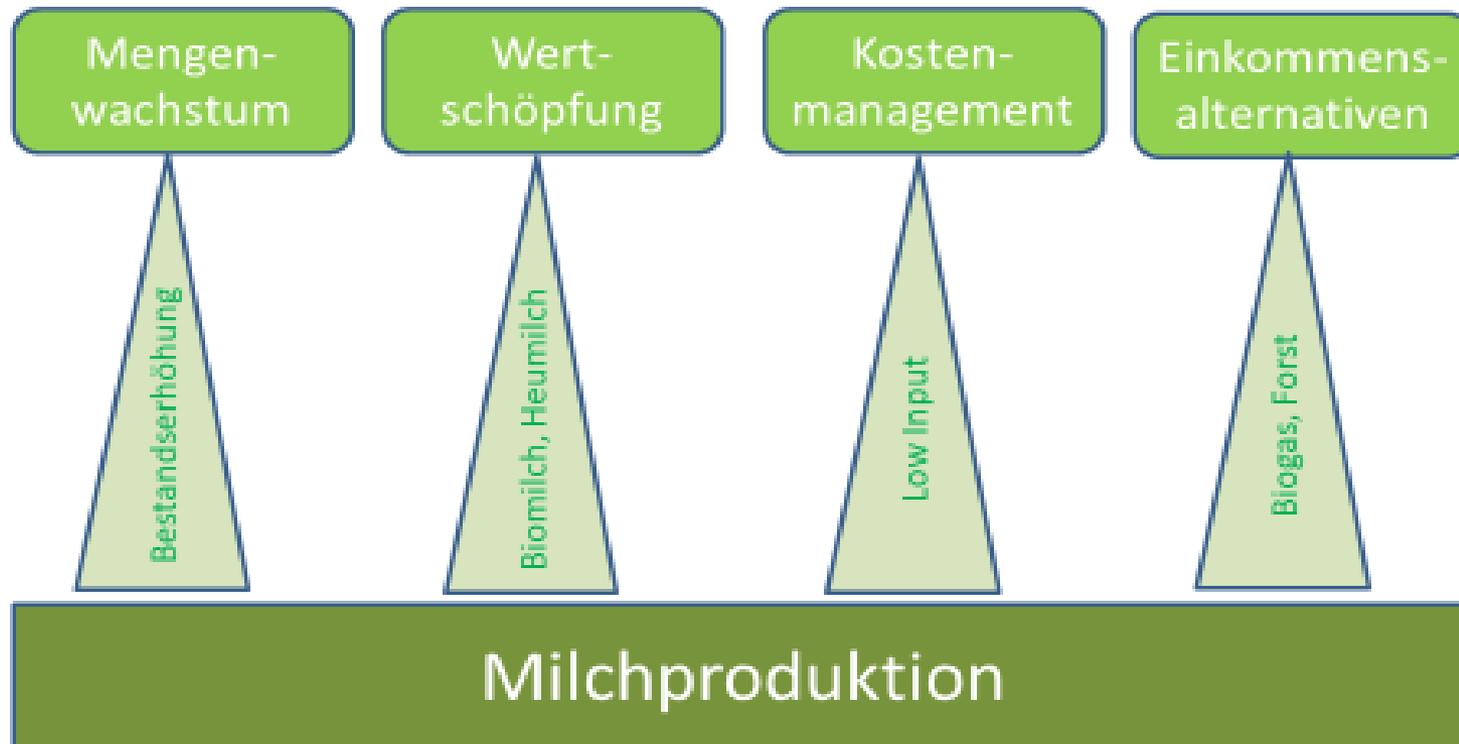
Markt lebt von Veränderung



Der Ansatz von Vermarktungsalternativen ist für die Zukunft der Branche unerlässlich

Um es nicht falsch zu verstehen, sächsische Milch ist ein hervorragendes Nahrungsmittel, das bestens untersucht und rechtlichen Anforderungen entspricht. In der Projektstudie werden Möglichkeiten aufgezeigt, die den Wünschen der Verbraucher entsprechen oder ihren Verzehrsgewohnheiten entgegenkommen. Egal wie die Milch sich nennt: Frischmilch, Biomilch, Heumilch, Weidemilch, Tierschutzmilch, A2 Milch.....

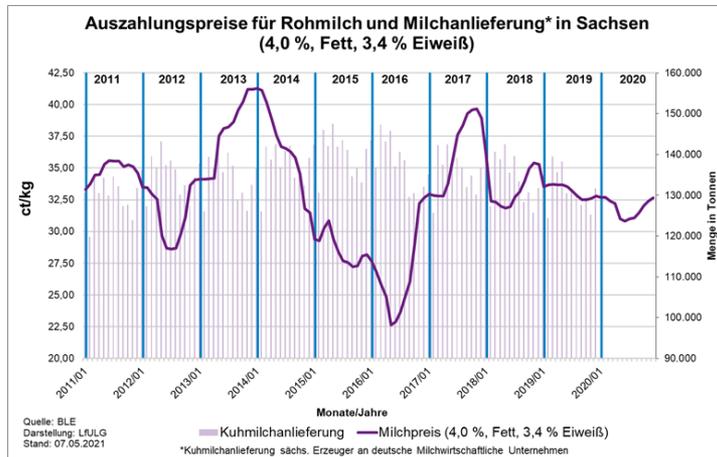
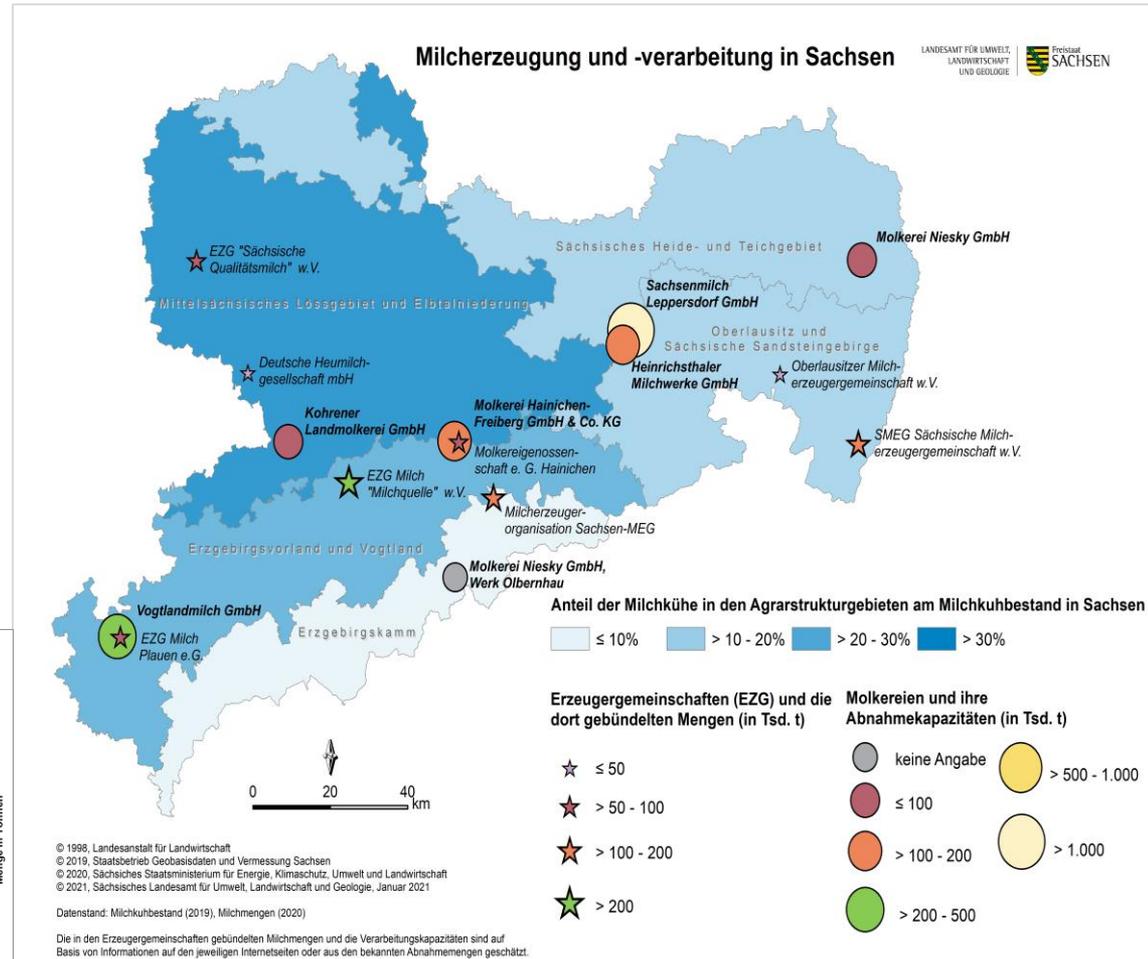
Mögliche Strategien in der Milchviehhaltung





Die Situation zum Zeitpunkt der Studie

Produkt	SVG % - D
Konsummilch	111,7
Joghurt	128,6
Frischkäse	141,1
Butter	96,7
Hartkäse	109,9
Schnittkäse	121,4
Weichkäse	83,4



Erzeugung von Milch in SN: ca. 1,6 Mio. t

Biologische Grunddaten und Marktleistung

Kalkulationsdaten Milchviehhaltung

Preisangaben	netto		
Rasse		HF Aufstallung	Gülle
Lebendgewicht in kg		650 Kuhverluste	5%
Abgangsquote		35% Kälberverluste	10%
Zwischenkalbezeit in Tagen		410 Kälber je Kuh und Jahr	0,80

Milchmenge und Preisansätze		
verkaufte Milch	kg je Kuh und Jahr	9755
Milchpreis	Ct/kg	48,50

Marktleistung		
Milcherlös	€/Kuh und Jahr	4731
Kälbererlös	€/Kuh und Jahr	82
Altkuherlös	€/Kuh und Jahr	253

Leistungen		
Marktleistung	€/Kuh und Jahr	5066
Wirtschaftsdünger	€/Kuh und Jahr	0
sonstige Leistungen	€/Kuh und Jahr	0
Summe Leistungen	€/Kuh und Jahr	5066

variable und feste Kosten

variable Kosten		
Bestandsergänzung	€/Kuh und Jahr	595
Kälberaufzucht	€/Kuh und Jahr	145
Kraft-, Saft- und Mineralfutter	€/Kuh und Jahr	1241
Tierarzt, Medikament, Hygiene	€/Kuh und Jahr	105
Besamung	€/Kuh und Jahr	32
Einstreu	€/Kuh und Jahr	0
Wasser, Energie	€/Kuh und Jahr	164
var. Maschinenkosten	€/Kuh und Jahr	80
Lohnarbeit Dienstleistungen	€/Kuh und Jahr	27
Gebühren und Beiträge	€/Kuh und Jahr	38
Summe variable Kosten	€/Kuh und Jahr	2427
Deckungsbeitrag I		
	€/Kuh und Jahr	2639
Grobfutter zum Deckungsbeitrag		
	€/Kuh und Jahr	377
Deckungsbeitrag II		
	€/Kuh und Jahr	2262
Gebäude und Technik der Innenwirtschaft		
	€/Kuh und Jahr	855
Mieten und Pachten für Gebäude		
	€/Kuh und Jahr	0
Lohnkosten Fremd AK		
	€/Kuh und Jahr	889
sonstige Festkosten		
	€/Kuh und Jahr	20
Differenz Vollkosten zum Deckungsbeitrag		
	€/Kuh und Jahr	458

Ergebniskennziffern



Gewinnbeitrag des Verfahrens	€/Kuh und Jahr	41
kalkulatorische Faktorkosten	€/Kuh und Jahr	68
Unternehmergewinn ohne Prämie	€/Kuh und Jahr	-27
Vollkosten	€/Kuh und Jahr	5093
Arbeitsertrag je Akh	€/Akh	17,9
Vollkostendeckender Preis ohne Prämie	ct/kg	48,8

Warum die Studie?

- Eine leistungsfähige und wettbewerbsstarke sächsische Milchwirtschaft ist für den Erhalt einer landwirtschaftlichen Struktur- und Betriebsvielfalt essenziell.
- Langfristig wird der Mengenkonsum von Milch und Milchprodukten stagnieren bzw. zurückgehen.
- Die Erzielung auskömmlicher Erlöse aus dem Milchabsatz wird zukünftig auch in Sachsen nur über eine höhere Wertschöpfung möglich sein.
- Ziel der Studie ist das Aufzeigen von Alternativen der Milchvermarktung zur Existenzsicherung sächsischer Milchproduzenten infolge einer zunehmenden Volatilität des Milchmarktes.
- Die Studie wurde durch das LfULG vergeben. Auftragnehmer: Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH und Ecozept GbR unter Mitarbeit vom VHM e.V.(Verarbeitung) und Stephan Scholz (Betriebswirtschaft)

Volatilität im Finanzwesen

Ausmaß der Schwankung von Preisen, Aktien- und Devisenkursen, Zinssätzen oder auch ganzen Märkten innerhalb einer kurzen Zeitspanne

Aussage Rabobank

„Volatilität liebt Unsicherheit, und auf den globalen Milchmärkten herrscht kein Mangel an Unsicherheit“.

Zur Situation auf dem Milchmarkt im Juni 2022

Was interessiert den Verbraucher an der Milch

**Art der
Ver-
arbeitung**

Preis

Qualität

**Erzeug-
ung**

artgerecht

Genuss

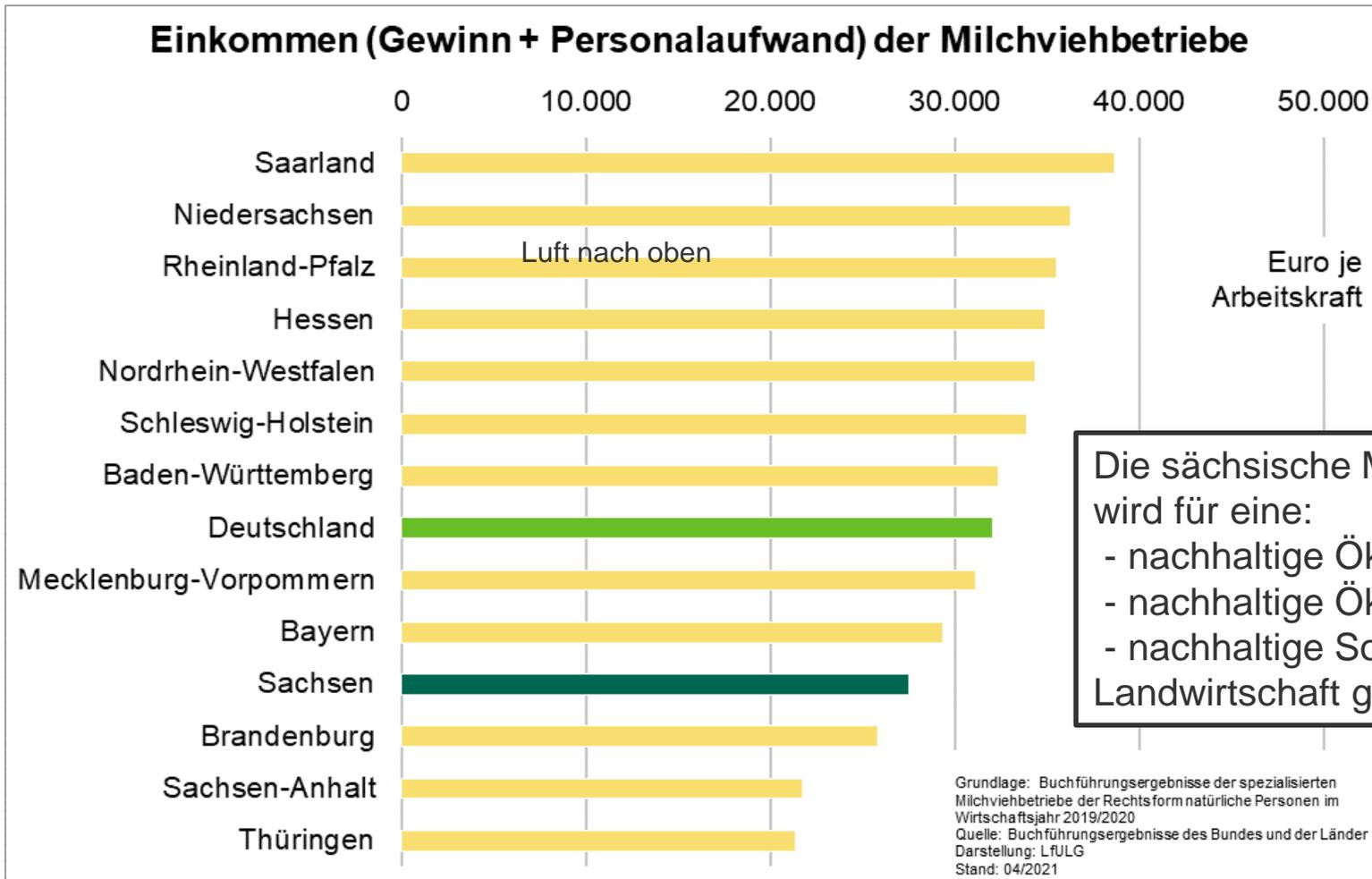
nachhaltig

ökologisch

regional

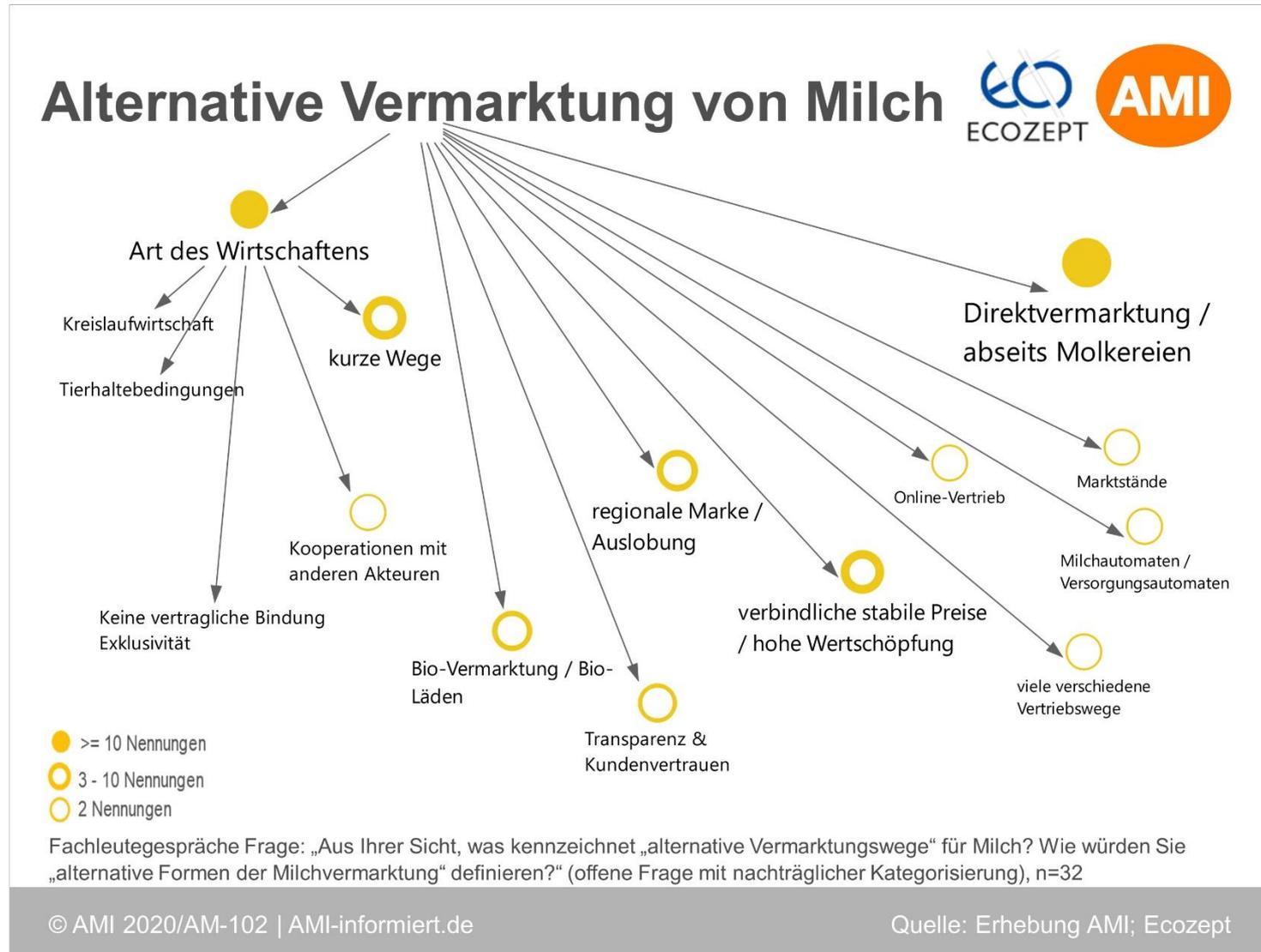


Wirtschaftliche Situation

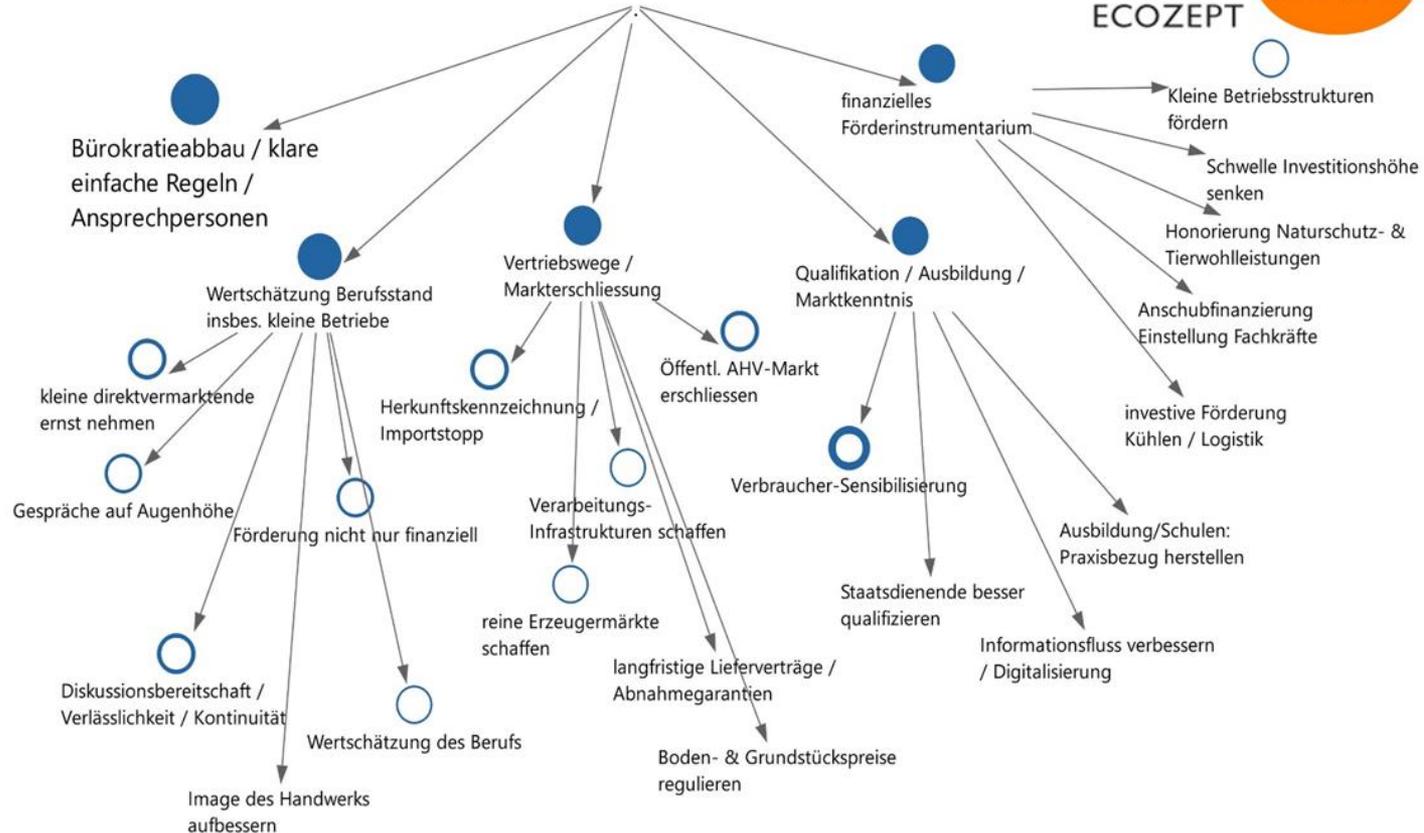


Fazit des Vorgängerprojektes

- ❖ Die Studie hat gezeigt:
 - Es ist Bedarf an Alternativmilch auf der Verbraucherseite vorhanden
 - Sächsische Milcherzeuger besitzen das Potential diesen Bedarf zu befriedigen
- ❖ Das Marktwachstum muss von „innen heraus“ kommen
 - Zwischen Bedarf und Erzeugung
 - Zwischen Erzeugung und Verarbeitung (z. Bsp. Biomilch)
 - „Künstlich“ gepuschte Erzeugung und Verarbeitung führt zu Marktverwerfungen
- ❖ Die handelnden Akteure im ländlichen Raum sind zum Teil gut vernetzt, wobei durchaus Reserven in der regionalen Kreislaufwirtschaft und dem Zusammenspiel von Landwirtschaft und Tourismus gegeben sind
- ❖ Unterstützung bei der Umsetzung und wirtschaftliche Betrachtungen zu geplanten Maßnahmen



Von den Fachleuten geäußerte Wünsche



Vernetzung der regionalen Kreislaufwirtschaft in der Wertschöpfungskette Milch



Ein oder mehrere Akteure besetzen die Prozessfelder und tragen mit der Umsetzung zur angepassten Bedienung der eingesetzten Faktoren bei.

Was bestimmt die Milchproduktion der Zukunft

- Nachhaltigkeit

- Innovation

- Effizienz

**Kann eine alternative
Milchvermarktung dazu
beitragen**



ÖKONOMISCHE BERECHNUNGEN

Produktion

Vollkosten in der Milchproduktion

- Starke Streuung in Praxis
 - Standort
 - Systeme
 - Statik
 -
- Viele kalkulatorische Berechnungen mit zu geringem Lohnansatz
- Notwendigkeit Milchpreisermittlung über „bottom up“
- Ermittlung Durchschnittspreis Vollkosten schwierig
- Empfehlung Nutzung des MMI

Vollkosten in der Milchproduktion

	EU Dairy Farms Report	BAL (EMB)	Vollkosten (BZA)
Grundannahme	Opportunitäts-/Grenzkosten =Handlungsalternative Betriebsaufgabe	Angemessener Lebensunterhalt = Verhandlungsergebnis Arbeitnehmer + Arbeitgeber	Festsetzung nach „Gutdünken“
Arbeitswert	Durchschnittslohn lw. Arbeitskräfte in Region	Tarife/ doppelter Mindestlohn	Pauschaler Stundenlohn (DE: 15-20 Euro)
Berücksichtigung Sozialleistungen	Nur brutto (Arbeitnehmer)	Brutto brutto (Arbeitnehmer + Arbeitgeber)	Nein
Differenzierung Arbeitswert nach Qualifikation	nein	Bei Tarifansatz	unterschiedlich
Stundenansatz	Standardstundenwoche (lt. INLB)	Standardstundenwoche (lt. INLB)	Pauschale Arbeitsstunden (DE: 2.100-2.600)



Milchpreise und Kosten (MMI) in D



ERZEUGUNGSKOSTEN MILCH

Fakten, die Sie kennen sollten!

AUSGABE 04/2022

EIN SERVICE VON



Deutschland

Datum der Veröffentlichung: 15.10.2022

© MEG Milch Board w. V.

Jahr/Quartalswert*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Januar 2022	April 2022	Juli 2022
Milcherzeugungskosten in ct/kg	44,39	41,20	42,44	43,17	45,57	45,87	45,96	46,48	46,29	47,60	47,31
Milchauszahlungspreis in ct/kg**	38,78	30,53	27,93	37,40	35,60	33,70	32,84	36,27	41,66	47,20	55,04
Preis-Kosten-Ratio	0,87	0,74	0,66	0,87	0,78	0,73	0,71	0,78	0,90	0,99	1,16

* Quartalswerte vorläufiger Trend, alle Angaben ohne MwSt., ab 2021 Hochrechnung auf Basis INLB 2020 (vorläufig) und Destatis, zuvor Berechnungsbasis INLB 2010-2019

** alle Milchpreise bei 4 % Fett u. 3,4 % Eiweiß, ab 2019 ab Hof, zuvor frei Molkerei. Quellen: Preise für konventionell erzeugte Kuhmilch. In: Statistisches Jahrbuch und Statistische Monatsberichte BMEL, verschiedene Jahrgänge, www.bmelv-statistik.de, Hrsg. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

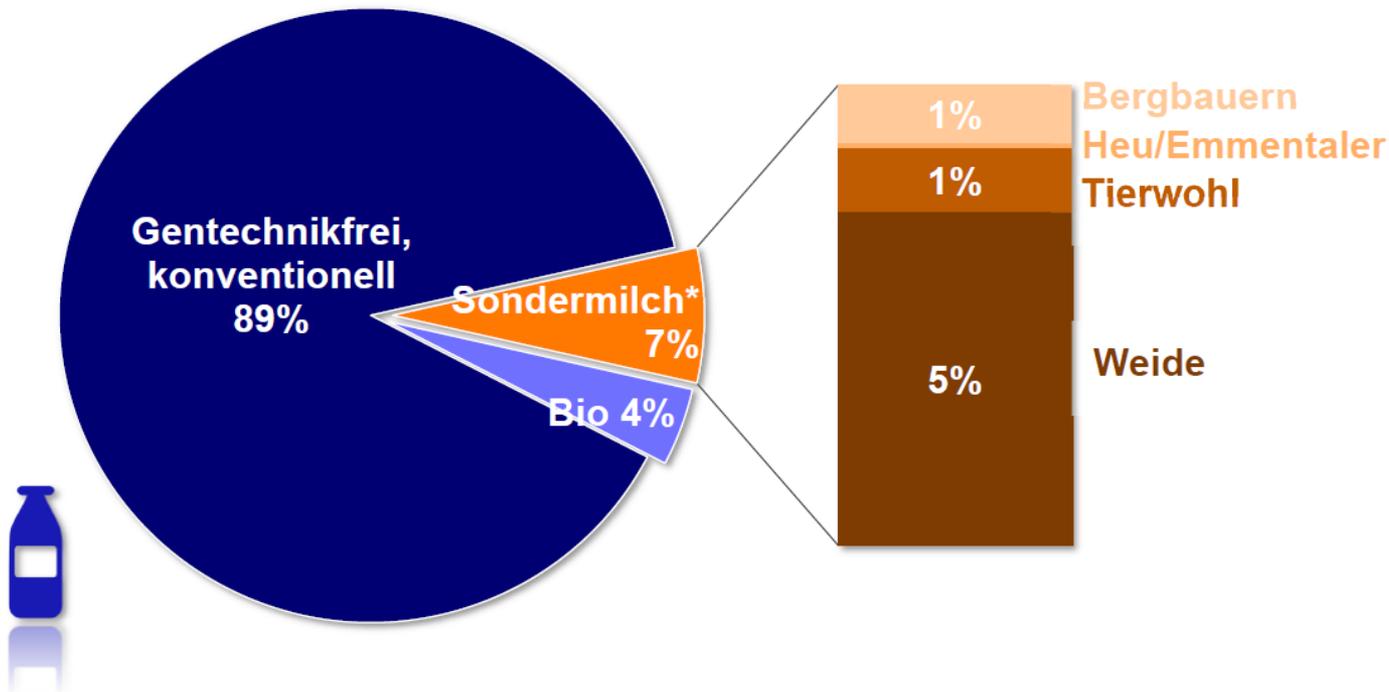
Milchqualitäten und Berechnungen

- Alle Berechnungen als notwendige Zuschläge auf Basispreis konventionelle Erzeugung ausgewiesen
- Zuschläge unabhängig von Erzeugungskosten
- auch Zuschläge müssten mit den Veränderungen im Jahr 2022 überprüft und angepasst werden
- **individuelle Berechnungen der Vollkosten und notwendiger Zuschläge erforderlich**

Sondermilch gewinnt an Bedeutung



Anteile nach Milchsorten an der Gesamtmenge im AMI-Milchpreisvergleich für Deutschland, 2020, in %



* Gentechnikfreie oder konventionelle Milch mit entsprechenden Zuschlägen.

Öko-Milch

1 Begriff ist gesetzlich geregelt und geschützt



1 Dominante ökonomische Einflussfaktoren

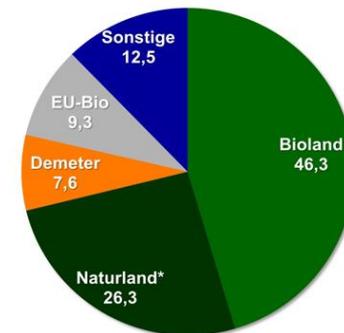
- Flächenausstattung
- Ökonomie vor der Umstellung
- Grundfutterleistung
- Intensität der Flächenbewirtschaftung
- Weidefähige Flächen
- Futtersicherheit und Trockenheit

1 Recherche und Berechnungen

1 Empfohlene Zuschläge für Kalkulation

Anteile von Bio-Milch nach Standards

Anteil an den Bio-Milchanlieferungen nach Verbänden nach 2020 in Deutschland, in %



* Inklusive Naturland-Betriebe in Österreich

Kosten

Datenquellen	Vollkosten konv. Milch	Vollkosten Bio-Milch	Biomehr- kosten in ct/kg	Daten aus Zeitraum
MMI (EBM)	46	63,7	17,7	2018 - 21
Bioland (Bayerischer Modellbetrieb)	51	65	14	2021
Lfl Bayern (Datenauswertung Scholz)	45	57	12	2019 - 21
eigene Schätzung nach Thünen Institut	43	60	17	2018 - 20
Erfahrungswerte Bayern Scholz/Naturland			12	bis 2021
Durchschnitt alle verfügbaren Daten	46,3	61,4	14,5	
tatsächlich gezahlter Biozuschlag ab Molkerei D			14,3	2018 - 21

Differenz jetzt?

Öko-Flächenförderung der Bundesländer

LANDESAMT FÜR UMWELT,
LANDWIRTSCHAFT
UND GEOLOGIE



Bundesland	Ackerland (Umstellung 1)/ Beibehaltung 2))	Grünland (Umstellung 1)/ Beibehaltung 2))	Dauerkulturen	Antragstellung
Baden-Württemberg	430/240	430/240	1.450/1.000	Herbst 2022
Bayern	423/314	423/284	1.300/1.000	Anfang 2023
Brandenburg	310/220	210/210	1.275/944 3); 1.125/830 4)	Mitte November bis Mitte Dezember
Hessen 6)	350/300 5)	180/200 5)	1.325/1.000 5)	30.09.2022
Mecklenburg-Vorpommern	350/284	425/284	1.300/850	31.12.2022
Niedersachsen	548/314	609/284	1.546/987	30.06.2022
Nordrhein-Westfalen	550/280	360/260	2.240/1.060	30.06.2022
Rheinland-Pfalz	400/245	450/219	1.250/1.000	Herbst 2022
Saarland	400/240	400/190	1.500/987	15.05.2022
Sachsen	335/230	335/230	1.410/890	31.12.2022
Sachsen-Anhalt 7)	271/240	267/240	968/850	Keine Neuanträge
Schleswig-Holstein	423/280	473/260	1.546/987	16.05.2022
Thüringen	321/242 5)	321/219 5)	1.211/987 5)	01.07. bis 31.08.2022

1) 1. + 2. Jahr; 2) ab 3. Jahr; 3) Stein- und Kernobst; 4) Beeren-, Strauch-, Wildobst; 5) verlängerte Umstellungsprämie 1.-5. Jahr; Beibehaltungsprämie ab 6. Jahr; 6) zusätzl. 3-jährige Umstellungsprämie möglich von max. 3.000 EUR/Jahr; 7) neue Fördersätze ab 2025 vorgesehen

Heumilch



I Begriff ist gesetzlich geregelt und geschützt

I Silagefreier Betrieb

Energieherkunft – eigen - fremd – regenerativ – fossil

Anzahl der Wendevorgänge und Wassergehalt vor dem Trocknen

Bröckelverluste bis zum Futtertisch

Trocknungstechnik

Anzahl der Winterfüttertage bzw. Gesamtheubedarf per anno

Anstehende Alternativinvestitionen in Silagetechnik

I Dominante Einflussfaktoren

I Recherche und Berechnungen

I Raumberg Gumpenstein

I LfL Bayern

I Eigene Erfahrungen

	Mehrkosten Heu in € pro kg Milch	
nach Thurner und Fritz *	0,08	0,10
nach Vollkosten LfL *	0,06	0,10

I Empfohlene Zuschläge für Kalkulation

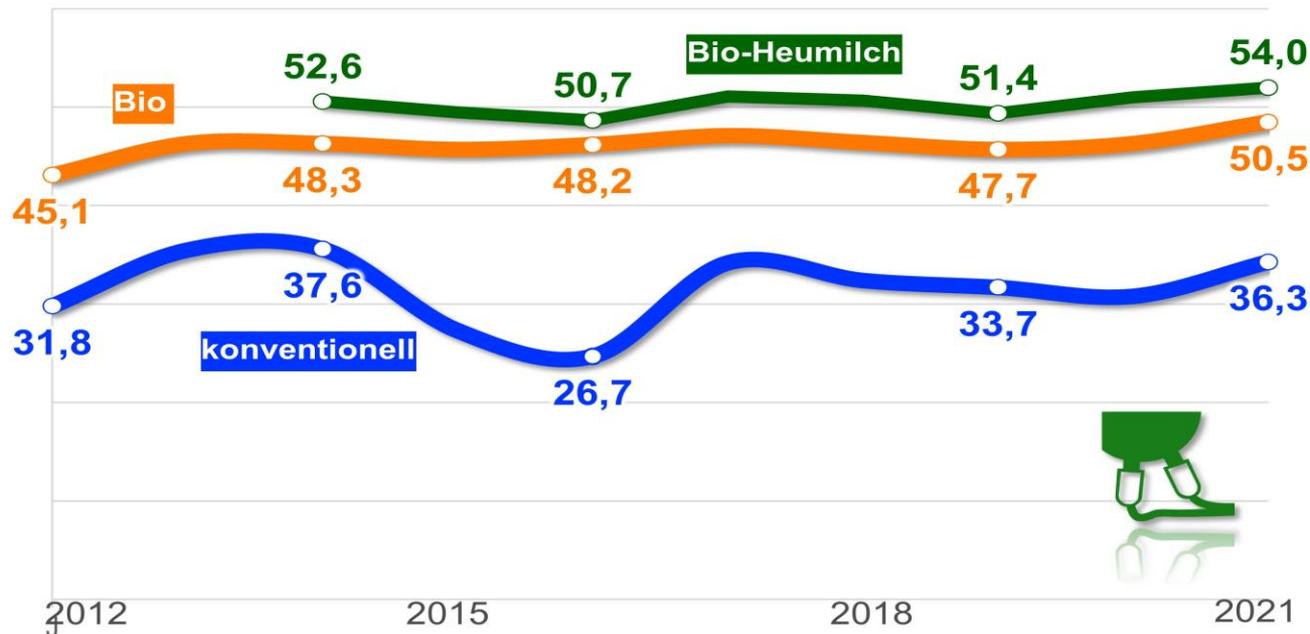
* ohne Sommerfütterung und Silagekosteneinsparungen

Milchpreise in Deutschland und Heumilchpreise der Gläsernen Molkerei

Heumilchaufschläge der Gläsernen Molkerei



Auszahlungspreise für Bio-, konventionelle in Deutschland und Bio-Heumilch bei der Gläsernen Molkerei, in Ct/kg



Der durchschnittliche Heumilchzuschlag für Lieferanten der Gläsernen Molkerei war die letzten Jahre konstant und wurde bereits 2018 auf 5 Ct/kg festgelegt.

zahlreiche Einflussfaktoren

- Energieherkunft – eigen - fremd – regenerativ – fossil
- Anzahl der Wendevorgänge und Wassergehalt vor dem Trocknen
- Bröckelverluste bis zum Futtertisch
- Trocknungstechnik
- Anzahl der Winterfuttertage bzw. Gesamtheubedarf per anno
- Anstehende Alternativinvestitionen in Silagetechnik

Anlagenart	Kaltbelüftung		Entfeuchter mit Dachabsaugung	
	Günstig	Ungünstig	Günstig	Ungünstig
Bedingungen	Günstig	Ungünstig	Günstig	Ungünstig
Spezifischer Energiebedarf [kWh/kg Wasser]	0,15	0,70	0,24	0,46
Spezifischer Energiebedarf [kWh/t Heu]	69	115	77	186
Variable Kosten [EUR/t Heu]	11	21	11	40



Betriebsvergleich - 2 Belüftungsverfahren

Belüftungsverfahren	Unterdachabsaugung (960m ²), Kraft-Wärme-Kopplung mit Notstromaggregat, Entfeuchter-Wärmepumpe	Belüftungsverfahren	Unterdachabsaugung (695m ²), Kraft-Wärme-Kopplung mit Holzvergaser, Wärmespeicher (Wassertank), Entfeuchter-Wärmepumpe
Dimensionierung	(120+147+147) m ² = 3 Boxen	Dimensionierung	(100+160+160) m ² = 3 Boxen + 30 Rundballenauslässe
Belüftungsdauer	24 – 60 h	Belüftungsdauer	50 – 80 h
Dauergrünlandbestand	70 ha Dauergrünland, 10,5 ha Streuwiese	Dauergrünlandbestand	17 ha Dauergrünland, 29 ha Klee gras
Anzahl Schnitte	3 – 4 Schnitte pro Jahr	Anzahl Schnitte	3 – 4 Schnitte pro Jahr
Milchvieh	55 Braunvieh + 30 NZ + 5 GV Mast	Milchvieh	24 Fleckvieh x Deutsche Schwarzbunt + NZ
Milchleistung	5.650 kg Milch pro Kuh und Jahr (5.300 aus Grundfutter)	Milchleistung	6.500 kg Milch pro Kuh und Jahr (6.500 kg aus Grundfutter)
Ein-/Auslagerung	Hängedrehkran	Ein-/Auslagerung	Hängedrehkran
Futtermvorlage	Ladewagen mit Dosierwalzen und Querförderband	Futtermvorlage	Hoftrack mit Greifzange
Halle inkl. Boxen, Unterdachabsaugung und Hängedrehkran	267.000 EUR	Halle inkl. Boxen, Unterdachabsaugung und Hängedrehkran	362.000 EUR
Radialventilator (35 kW), Wärmeaustauscher-Wärmepumpe (35 kW), Stromaggregat (70 kW), Steuerung	98.000 EUR	Radialventilator (17 kW), Wärmeaustauscher-Wärmepumpe (17 kW), Wärmetauscher (300 kW)	53.700 EUR
Kostenposition [EUR/dt TM]			
Variable Kosten	2,74	Variable Kosten	3,36
Fixkosten*	7,71	Fixkosten	6,04
Gesamtkosten	10,45	Gesamtkosten	9,40

Weidemilch



■ Begriff ist gesetzlich (noch) nicht geregelt

■ Häufigste Regelung

Weidedauer pro Jahr mind. 120 Tage	Weidefläche pro Kuh mind. 1000 m ²	Weidedauer pro Tag mind. 6 h
---------------------------------------	--	---------------------------------

■ Dominante Einflussfaktoren

Allgemeine Grundvoraussetzungen
Ausreichende Flächenausstattung mit weidefähigem Grünland
ertragsstarkes Grünland mit hohem Futterwert
Weideorganisation
Einzelhoflage und möglichst arrondierte Grünlandflächen
Kurze Triebwege – Weideflächen in Stallnähe
Nachhaltige Beweidbarkeit
Gute Wasserführung der Weideuntergründe
Niederschlagsmengen über 700 mm pro Jahr

■ Expertengespräche

■ Lfl Bayern, Bioland Beratung, Pro Weideland
Molkereien Ammerland und Nordseemilch

■ Berechnungen

■ <https://www.milch-board.de/milchmarkt.html>

■ [LfL Bayern](#)

	Mehrkosten Weidemilch in Euro je kg Milch	
Nach Berechnungen	0,00	0,05

■ Zuschläge für Kalkulation

Weidegang positiv beeinflussende Faktoren

- Allgemeine Grundvoraussetzungen
 - Ausreichende Flächenausstattung mit Dauer- bzw. weidefähigem Grünland
 - ertragsstarkes Grünland mit hohem Futterwert
- Weideorganisation
 - Einzelhoflage und möglichst arrondierte Grünlandflächen
 - Kurze Triebwege – Weideflächen in Stallnähe
 - Gut errichtbares Zaunsystem (wenig Einzelflächen, Knicks)
- Nachhaltige Beweidbarkeit
 - Gute Wasserführung der Weideuntergründe
 - Niederschlagsmengen über 700 mm pro Jahr
 - und nicht zu lange Trockenphasen

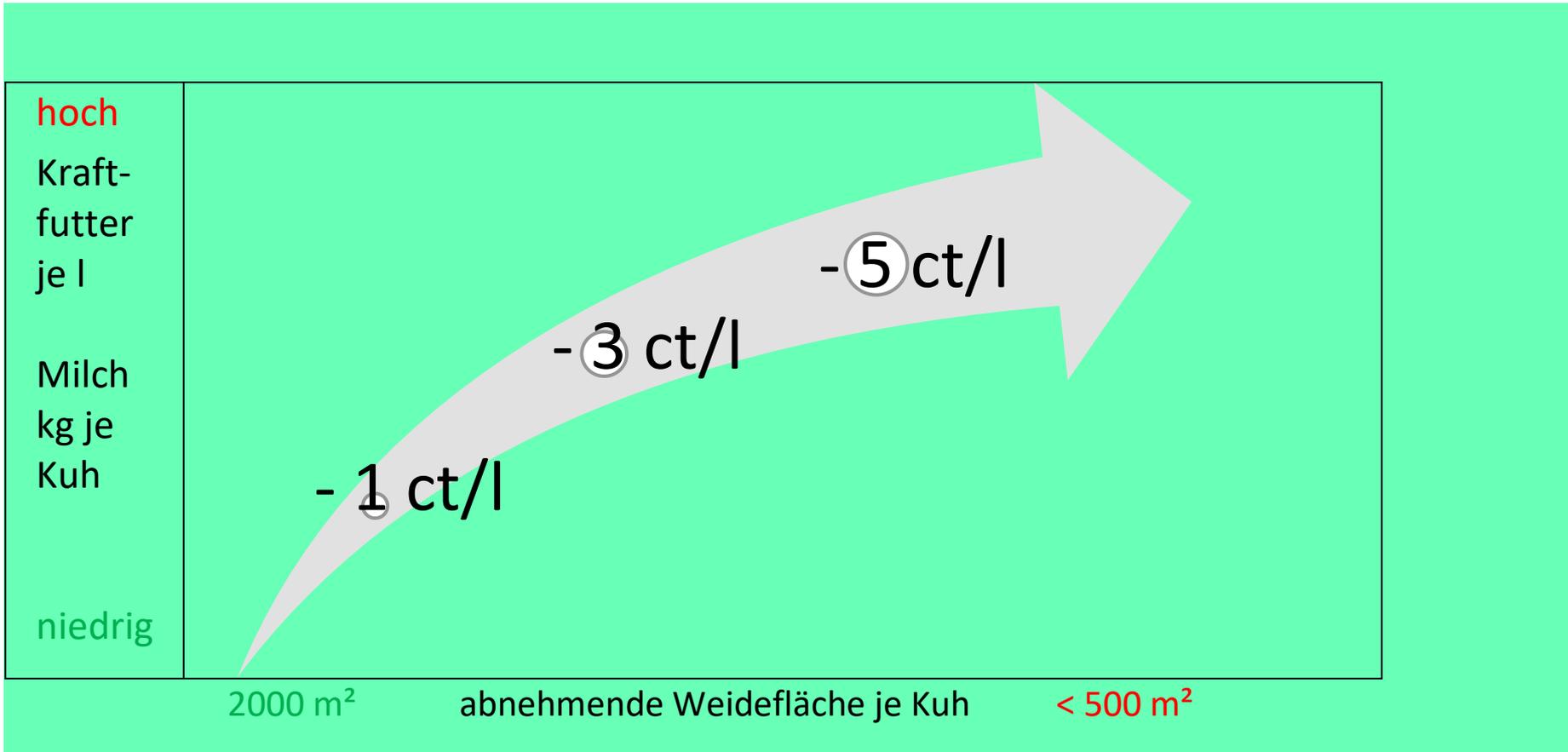


Berechnung Weideflächenbedarf einer Milchkuh - Umtriebsweide

stallnah um den Melkstand zu nutzen

Energiebedarf je Tag		
Erhaltung	MJNEL	35,5
Milchleistung	kg	18
Bedarf 4% Fett	MJNEL je kg	3,17
Milchbildung	MJNEL	57,06
Energiebedarf gesamt	MJNEL	92,56
Weidefutter		
weidereifes Futter	MJNEL/kg TS	6,43
Aufnahme TM	kg	14,40
TS Gehalt Weidefutter	%	20,0%
Aufnahme Frischfutter	kg	72,0
Weidefläche		
Wuchshöhe	cm	20
Stoppelrest	cm	5
Verzehr	cm	15
Aufwuchs	dt/cm	1
Aufwuchsmenge	dt	15
TS Gehalt Weidefutter	%	20,0%
Aufwuchsmenge	kg FM/qm	0,75
Flächenbedarf		
Menge FM je Tier u. Tag	qm	96
Anzahl Tiere	Stück	120
Flächenbedarf	qm	11516
Verbleib auf der Koppel	Tage	3
Flächenbedarf	ha	3,45
Anzahl Koppeln	Stück	12
Flächenbedarf	ha	41,5

Kosten



Mehrkosten für Weidemilch in Kategorien

Mehrkosten Weide in Ct(kg)	Weideanteil/Kuh	Milchleistung bzw.- verlust	Weidevor- aussetzungen	Häufigkeit in der Praxis
0 und < 0	Vollweide	unverändert	beste	selten
0 bis 1	ab 2000 m ²	unverändert	gute	selten
1 bis 3	ab 1000 m ²	mittel	mäßige	oft
3 bis 5	unter 500 m ²	hoch	schlechte	oft

Spannweite der Zuschläge auf den konventionellen Milchpreis bei verschiedenen Milchqualitäten in Ct/kg

- individuelle Berechnungen der Vollkosten erforderlich
- notwendige Zuschläge mindestens abschätzen

	Minimum	Maximum
Öko-Milch	12	17
Heu-Milch*	6	10
Weide-Milch**	0	5

* ohne Einsparungspotenziale und Förderung

** ohne Förderung

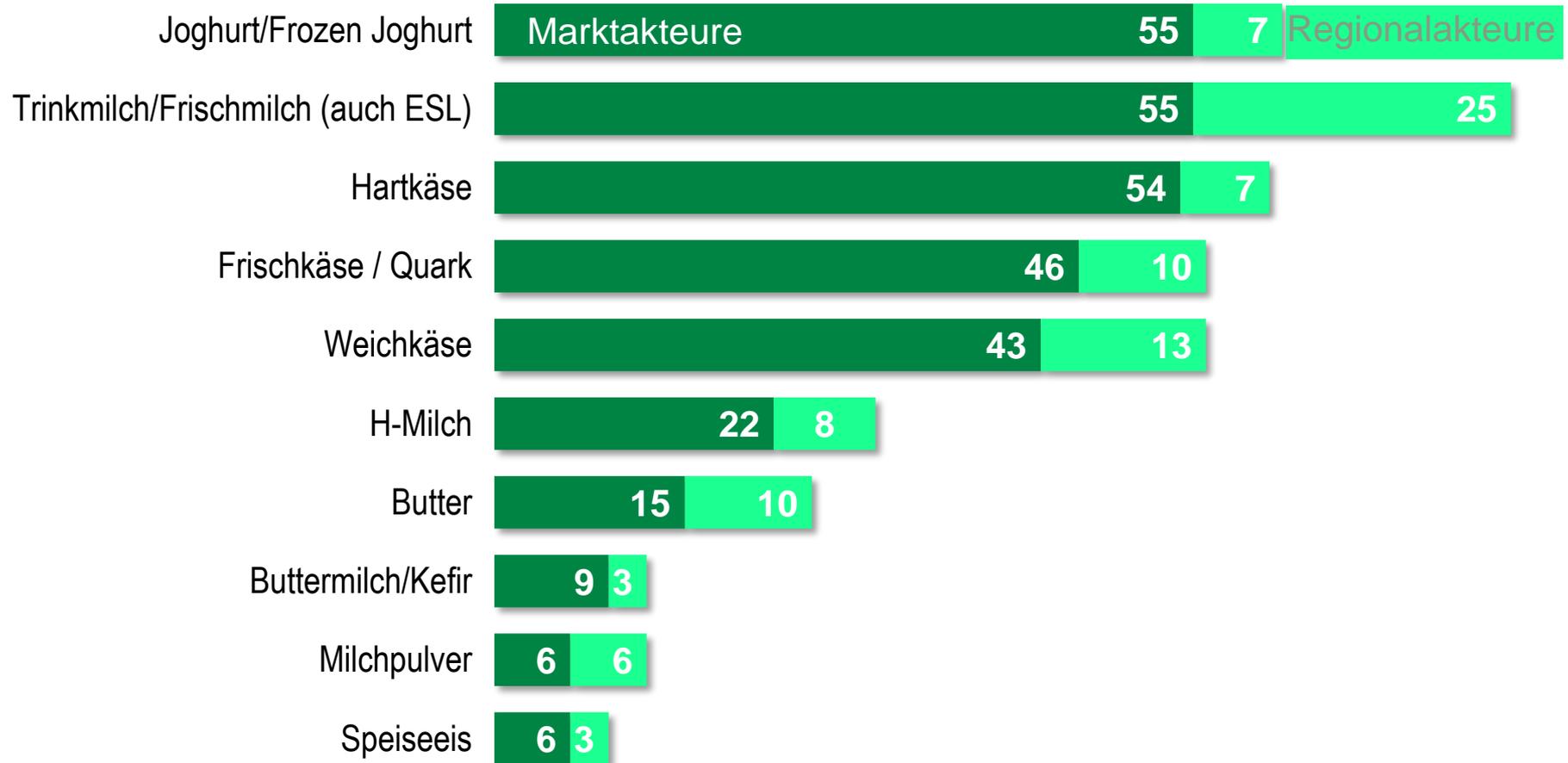


ÖKONOMISCHE BERECHNUNGEN

Verarbeitung

Trinkmilch, Joghurt, Hartkäse

„Welche der Produktsegmente werden sich Ihrer Meinung nach in den nächsten 3 Jahren in Sachsen besonders dynamisch entwickeln?“



*n=71, davon 55 Marktakteure und 16 Regionalakteure. Indizierte Werte auf Basis der drei erstgenannten Produkte

	Betrieb Trinkmilch	Betrieb Joghurt	Betrieb Hartkäse
Jährlich erzeugte Milchmenge (1)	375.000,00 kg	137.000,00 kg	390.000,00 kg
Jährlich verarbeitete Milchmenge (2)	300.000,00 kg	137.000,00 kg	77.000,00 kg
Ablieferung an Molkerei (3)	75.000,00 kg	0 kg	314.000,00 kg
Anteil der Milchverarbeitung an gesamter Milchmenge (4)	80%	100%	20%
Wöchentlich verarbeitete Milchmenge (5)	6.250,00 kg	3.150,00 kg	2.750,00 kg
	Betrieb Trinkmilch	Betrieb Joghurt	Betrieb Hartkäse
Investitionszeitpunkt	2017/2019	2010/2012	2012
Investitionskosten Gebäude	130.000,00 €	65.000,00 €	151.000,00 €
Investitionskosten Maschinen und Geräte	74.998,00 €	63.413,00 €	63.744,00 €

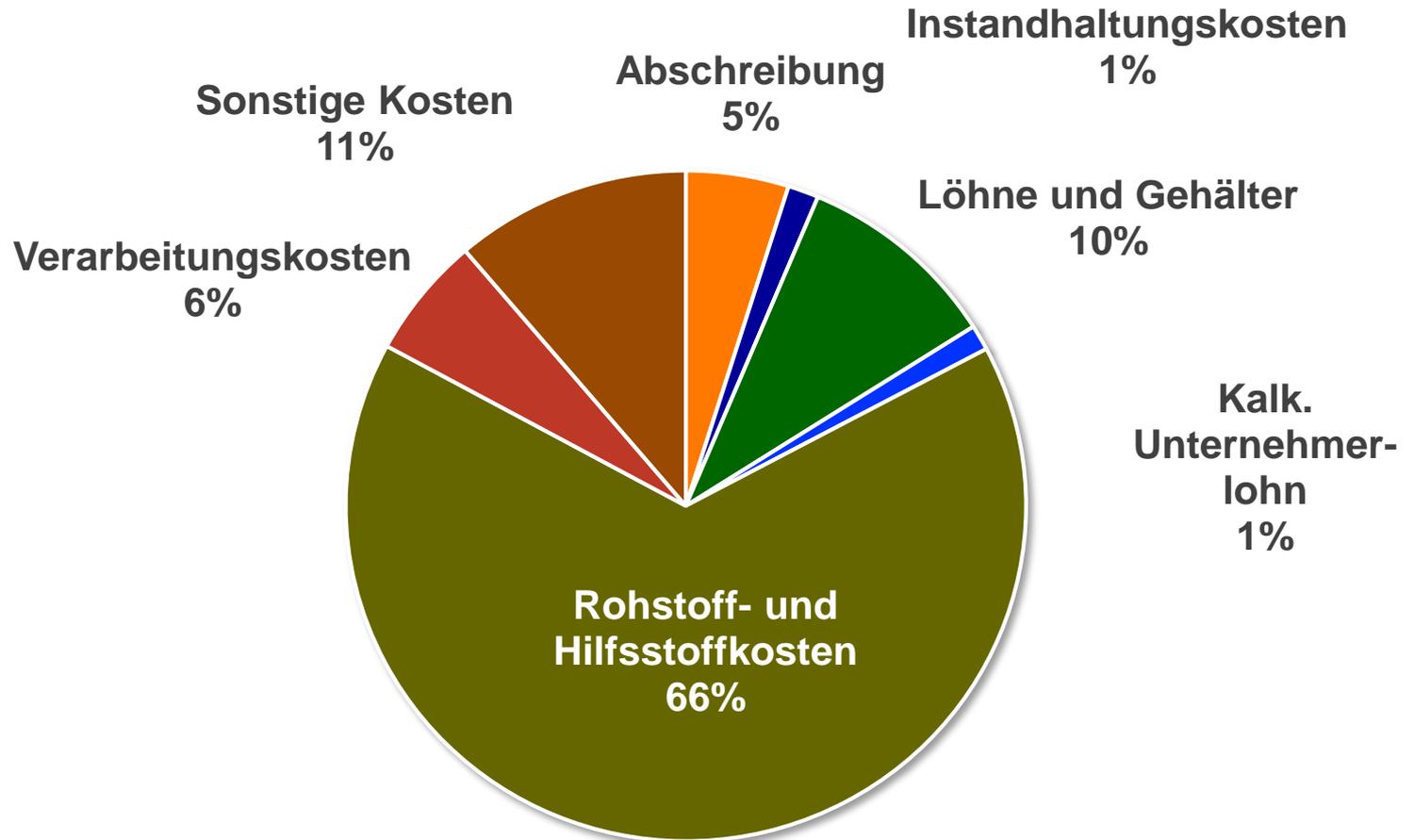
Erhobene Daten	Erhebungsmethoden
Arbeitszeit für die Produktion einer Charge Trinkmilch/Joghurt/Hartkäse	Stoppen des Arbeitsprozesses, Gespräch mit Personal/Betriebsleiter*in
Strukturelle Gegebenheiten und technische Ausstattung	Bestandsaufnahme vor Ort, Gespräch mit Personal/Betriebsleiter*in
Investitionskosten	Inventarverzeichnis, Gespräch mit Personal/Betriebsleiter*in
Kosten für Rohstoffe und Betriebsmittel	Gespräch mit Personal/Betriebsleiter*in, KTBL-Datensammlung
Absatz und Umsatz	Preislisten, Buchungsabschluss, Gespräch mit Personal/Betriebsleiter*in

Preiskalkulation	IST	AMI Erzeugerpreis 2021
Verarbeitete Milchmenge pro Jahr	300.000	300.000
Verarbeitungsmenge pro Charge	1.000	1.000
Maschinenkosten	18,78 €	18,78 €
Gebäudekosten	35,40 €	35,40 €
Maschinen- und Gebäudekosten	54,18 €	54,18 €
Produktionszeit (Angestellte)	82,50 €	82,50 €
Produktionszeit (Unternehmer:in)	10,40 €	10,40 €
Arbeitskosten	92,90 €	92,90 €
Kalkulatorischer Erzeugerpreis	0,5600 €	0,4972 €
Verarbeitungsmenge pro Charge	1.000	1.000
Rohstoffkosten (Milch)	560,00 €	497,20 €
Kosten für Hilfsstoffe (Lab, Kultur, Kräuter, Salz, etc.)		
Verarbeitungskosten (Energie, Verpackung, etc.)	49,96 €	49,96 €
Sonstige Kosten (Verbände, etc.)	95,83 €	95,83 €
Direktkosten	705,79 €	642,99 €
Selbstkosten	852,87 €	790,07 €
Benötigte Milchmenge pro kg Produkt	1,00	1,00
Hergestellte Produktmenge pro Charge	1.000	1.000
Herstellungskosten / kg	0,85 €	0,79 €
Verkaufspreis / kg	1,10 €	1,10 €
Gewinn / kg	0,25 €	0,31 €

- Ansätze:
- Unternehmerlohn 30 EUR
- Löhne und Gehälter 15 EUR
- Gewinn bei kalkulatorischem AMI-Preis höher

Trinkmilch

Kostenaufteilung



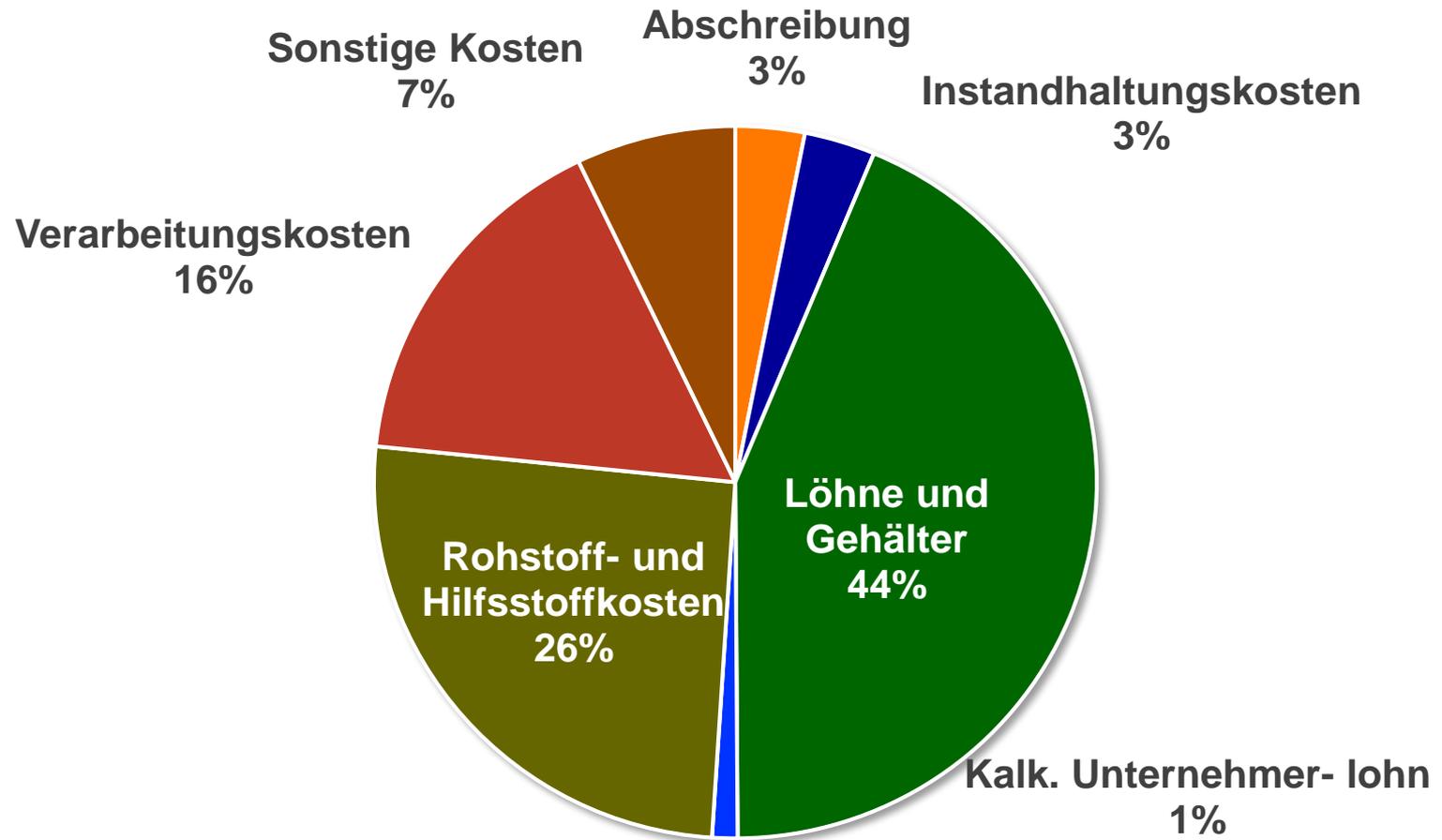
Bio-Joghurt

Preiskalkulation	IST	AMI Erzeuger-preis 2021
Verarbeitete Milchmenge pro Jahr	13.000	13.000
Verarbeitungsmenge pro Charge	250	250
Maschinenkosten	16,45 €	16,45 €
Gebäudekosten	15,04 €	15,04 €
Maschinen- und Gebäudekosten	31,49 €	31,49 €
Produktionszeit (Angestellte)	219,00 €	219,00 €
Produktionszeit (Unternehmer:in)	5,69 €	5,69 €
Arbeitskosten	224,69 €	224,69 €
Kalkulatorischer Erzeugerpreis bzw. AMI Erzeugerpreis 2021	0,5000 €	0,4972 €
Verarbeitungsmenge pro Charge	250	250
Rohstoffkosten (Milch)	125,00 €	124,30 €
Kosten für Hilfsstoffe (Lab, Kultur, Kräuter, Salz, etc.)	3,43 €	3,43 €
Verarbeitungskosten (Energie, Verpackung, etc.)	81,57 €	81,57 €
Sonstige Kosten (Verbände, etc.)	35,86 €	35,86 €
Direktkosten	245,86 €	245,16 €
Selbstkosten (= Maschinen- und Gebäudekosten + Arbeitskosten + Direktkosten)	502,04 €	501,34 €
Benötigte Milchmenge pro kg Produkt	1,00	1,00
Hergestellte Produktmenge pro Charge	250	250
Herstellungskosten / kg	2,01 €	2,01 €
Verkaufspreis / kg	2,10 €	2,10 €
Gewinn / kg	0,09 €	0,09 €

- Ansätze:
- Unternehmerlohn 30 EUR
- Löhne und Gehälter 15 EUR
- Betriebsindividueller Preis fast
AMI Durchschnitt

Joghurt

Kostenaufteilung



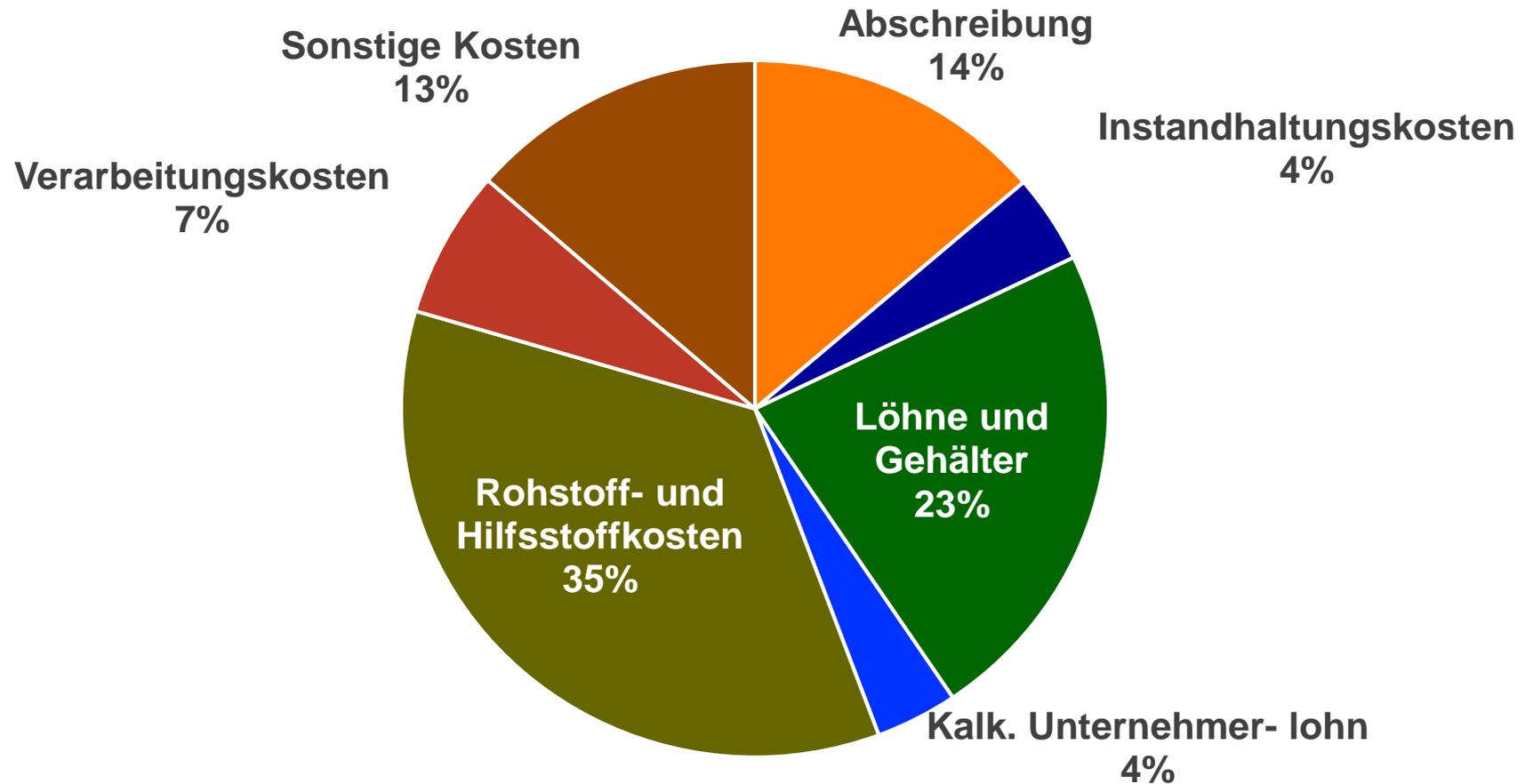
Konv. Hartkäse

Preiskalkulation	IST	AMI Erzeugerpreis 2021
Verarbeitete Milchmenge pro Jahr	12.000	12.000
Verarbeitungsmenge pro Charge	500	500
Maschinenkosten	40,90 €	40,90 €
Gebäudekosten	51,79 €	51,79 €
Maschinen- und Gebäudekosten	92,69 €	92,69 €
Produktionszeit (Angestellte)	117,82 €	117,82 €
Produktionszeit (Unternehmer:in)	19,50 €	19,50 €
Arbeitskosten	137,32 €	137,32 €
Kalkulatorischer Erzeugerpreis	0,3200 €	0,3583 €
Verarbeitungsmenge pro Charge	500	500
Rohstoffkosten (Milch)	160,00 €	179,15 €
Kosten für Hilfsstoffe (Lab, Kultur, Kräuter, Salz, etc.)	22,87 €	22,87 €
Verarbeitungskosten (Energie, Verpackung, etc.)	35,59 €	35,59 €
Sonstige Kosten (Verbände, etc.)	70,70 €	70,70 €
Direktkosten	289,16 €	308,31 €
Selbstkosten (= Maschinen- und Gebäudekosten + Arbeitskosten + Direktkosten)	519,17 €	538,32 €
Benötigte Milchmenge pro kg Produkt	11,11	11,11
Hergestellte Produktmenge pro Charge	45	45
Herstellungskosten / kg	11,54 €	11,96 €
Verkaufspreis / kg	23,00 €	23,00 €
Gewinn / kg	11,46 €	11,04 €

- Ansätze:
- Unternehmerlohn 30 EUR
- Löhne und Gehälter 15 EUR
- Gewinn bei kalkulatorischem AMI-Preis niedriger

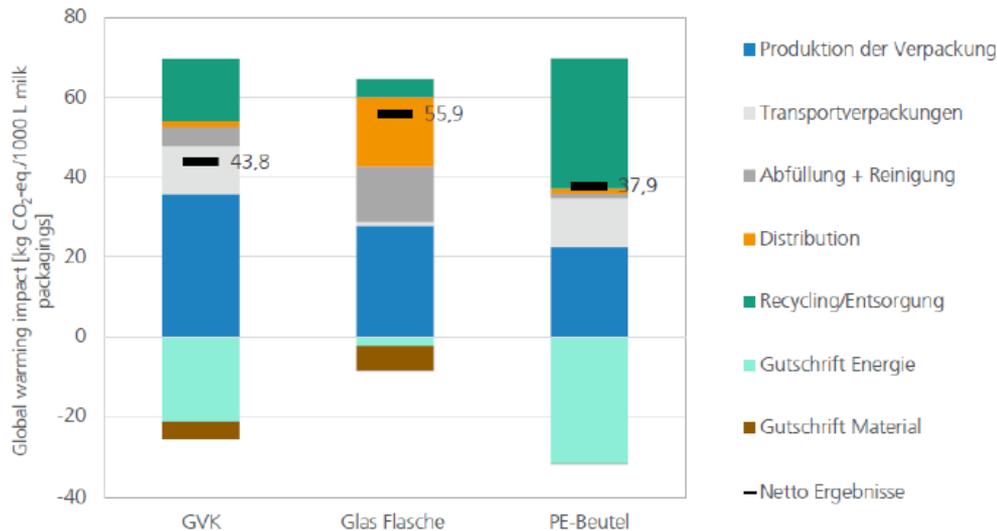
Käse

Kostenaufteilung



Ergebnisse Carbon Footprint Basisszenario

- Der PE-Beutel hat die niedrigste Wirkung auf den Klimawandel (37.9 kg CO₂-eq/ 1000L), gefolgt von dem GVK. Die Glasverpackung hat den höchsten Beitrag zum Klimawandel (55.9 kg CO₂-eq/ 1000L)

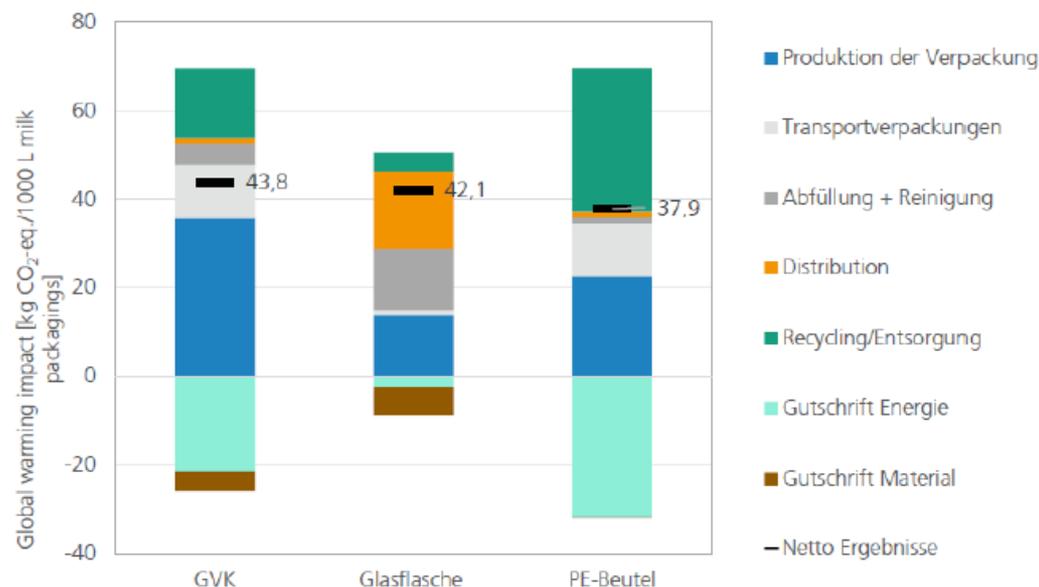


- Im Falle des PE-Beutels, hat die Entsorgung den höchsten Carbon Footprint. Allerdings, werden dem PE-Beutel auch hohe Gutschriften, durch energetische Verwertung zugeordnet.
- Der Hauptbeitrag des GVKs wird durch die Produktion und Verarbeitung verursacht (höher als bei Glas und dem PE-Beutel)
- Bei der Glasflasche sticht der Beitrag durch die Distribution im Vergleich zu dem GVK und dem PE-Beutel heraus (hohes Gewicht + zusätzliche Retouren), zusätzliche Reinigung

Ergebnisse Carbon Footprint UmlaufszENARIO

■ Umläufe für Glasflaschen von 10 auf 20 erhöht

■ Die Glasflasche hat nun einen ähnlichen Beitrag zum Klimawandel, wie der GVK



- 20 Umläufe sehr optimistisch
 - da Flaschenpool sehr klein
 - braune und weiße Flaschen gemischt
 - hohe Verlustquoten durch Bruch und Verschmutzung

- 20 Umläufe wären möglich durch
 - lokale Effekte
 - einheitliche Milchflaschen mit anderen Molkereien

Vergleich der Produkte

	Trinkmilch	Joghurt	Hartkäse
Kostenansatz für eigenerzeugte Milch	0,56 €	0,50 €	0,32 €

	Trinkmilch	Joghurt	Hartkäse
Arbeitszeit pro kg Endprodukt	0,01 h	0,06 h	0,17 h

Verkaufs- preise	VHM-Mitgliedsbetriebe			Erhebungsbetriebe
	Deutschland			
	Ø	Von	Bis	
Trinkmilch	1,21 €/kg	0,84 €/kg	2,01 €/kg	1,10 €/kg
Joghurt	2,87 €/kg	1,25 €/kg	6,28 €/kg	2,10 €/kg
Hartkäse	17,09 €/kg	12,50 €/kg	27,41 €/kg	23,00 €/kg

	Berechnung	Trinkmilch	Joghurt	Hartkäse
kalkulatorisches Ergebnis	Gewinn - Gesamtkosten	0,25 €	0,09 €	11,46 €

- Erhebliche Unterschiede in wegen unterschiedlich langen Arbeitszeiten für die Produkte.
- Bei Joghurt stellen die Kosten für die Arbeitserledigung fast die Hälfte der Kosten dar.
- Bei Hartkäse beeinflussen die geringere Ausbeute (9 %) und der hohe Zeitaufwand für die Käsepflege die Arbeitszeit pro kg Endprodukt zusätzlich stark.

- Sehr betriebsindividuell
- Neubau und neue Maschinen oder Altbau und gebrauchte Maschinen
- Gestiegene Lohnkosten schlagen bei Käse und Joghurt am meisten durch
- Auswertungstool für Betriebe nutzbar (Vollkostenrechner)

- Käse Lagerfähigkeit vorteilhaft, aber erzeugt höchste Kosten
- Trinkmilch – keinen Standard herstellen, sondern Mehrwert (Regional, Heu-, Weide-, Bio-, Kuh und Kalb, Glasflasche, traditionell hergestellt)
- Bei Joghurt Konkurrenz und Austauschbarkeit am größten, aber in Herstellung einfach

- Abnehmern die Kosten einschließlich Unternehmergewinn transparent machen – nicht unter Wert verkaufen!!



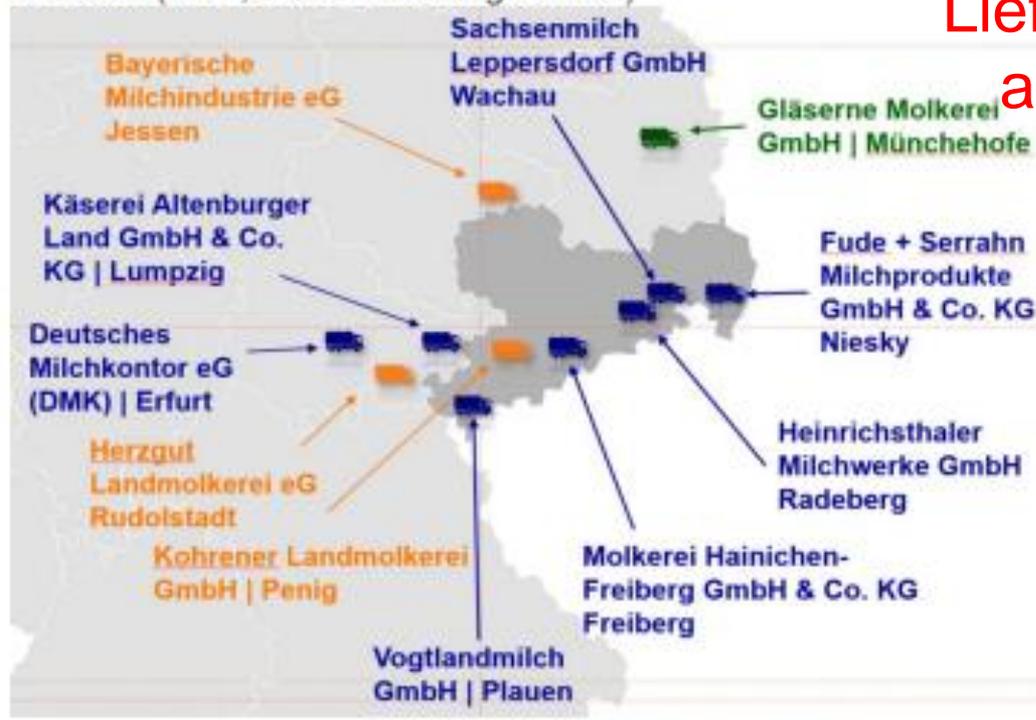
ÖKONOMISCHE BERECHNUNGEN

Vermarktung

Auch in Sachsen läuft es wie in den anderen Bundesländern

Für Sachsen relevante Molkereien

Standorte der Molkereien, die in Sachsen produzierte Milch erfassen (Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch)

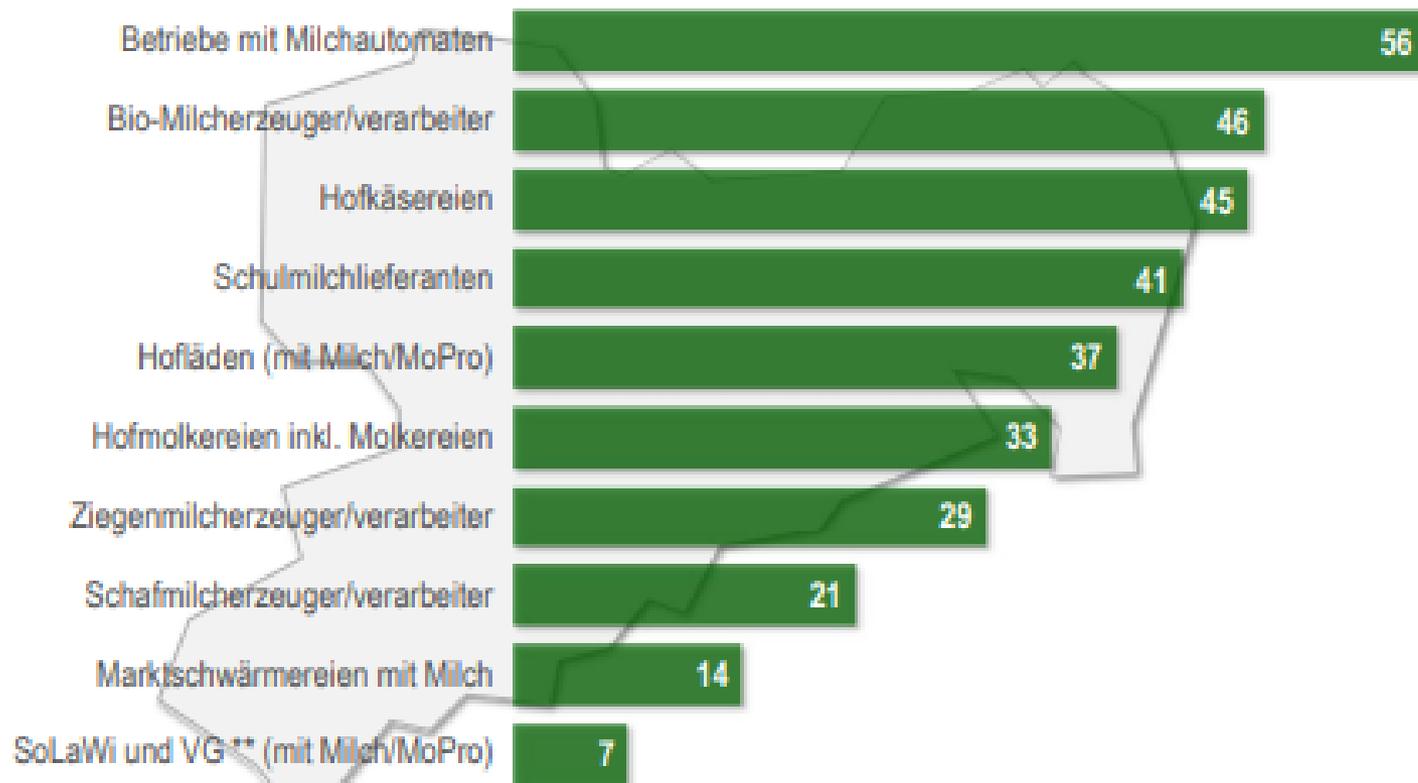


Lieferung an überregional agierende Molkereien

Betriebe mit alternativer Milchvermarktung

Sachsens Alternative Milchvermarktung

Erzeugerbetriebe, die alternative Vermarktungswege nutzen



*Stand 13.01.2021; Doppelnennungen möglich, **VG Verbrauchergenossenschaften

Milch, Joghurt und Käse im regionalen LEH

Folgende Merkmale wurden bei der Fotoserie erfasst:

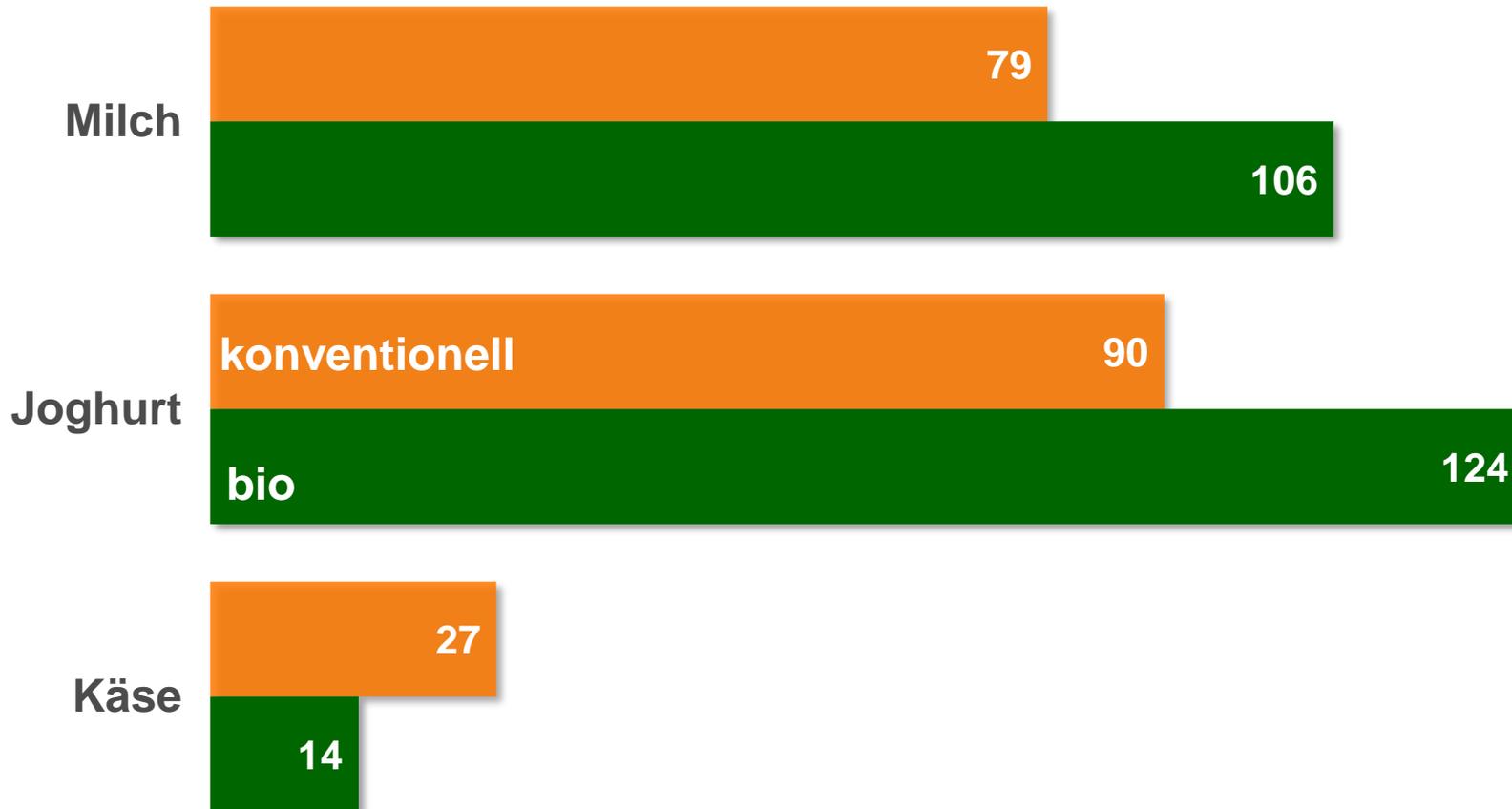
- Sortimentstiefe: Anzahl der Artikel pro Produkt im Laden
- Platzierung im Geschäft, Platzierung im Regal
- Verwendete Kommunikationsmittel: am Preisschild, Regalstopper, Deckenhänger, Poster, etc.
- Produktkennzeichnung
- Verkehrsbezeichnung (Name des Produkts)
- Herkunftsangaben
- Verwendete Labels und Verkaufsargumente: z.B. „Klimaneutral“, Tierwohl, Regional-Marke, etc.
- Gebindeform und Art der Verpackung (Tetra, Glas, Einweg, Mehrweg)

StoreCheck Einkaufsstätten

Stadt	Einkaufsstätten	Adresse
Dresden	Rewe	Straßburger Platz 1
	Edeka	Ammonstraße 3
	Kaufland	Kesselsdorfer Straße 81
	Konsum	Hüblerstraße 8
	Alnatura	Straßburger Platz 1
	Denns	Königsbrücker Straße 176
	Bioladen Podemus	Podemus; Winterbergstraße 31 a/b
	VG Biomarkt	Fritz Reuter Straße 32
	E center Scheller	Hamburger Straße 88
Leipzig	Rewe	Tarostraße 2
	Edeka	Volksgartenstraße 55
	Kaufland	Dresdner Straße 80
	Konsum	Käthe-Kollwitz-Straße 18
	Biomare Plagwitz	Karl-Heine-Straße 43/45
	Denns	Höfe am Brühl
	Alnatura	Willy-Brandt-Platz 7
	East Organic	Bioladen geschlossen
Chemnitz	Rewe	Waldenburger Straße 33
	Edeka	Blankenauer Straße 41
	Konsum	Rosenhof 10 -12
	Kaufland	Chemnitzer Straße 65
	Denns	Straße der Nationen 12
	Bio-Markt knackfrisch	Zschopauer Straße 279
	Leckerbissen Naturkost UG	Jahnastraße 23
	Bioladen *van de bio	Leipziger Straße 62

Milchprodukte im reg. LEH

Anzahl der im sächsischen LEH vorgefundenen
Milch, Joghurt und Käse, nach Bio und konventioneller Erzeugung



n = 440, Fotoserie im Juli 2022

Naturkosthandel

Alnatura Leipzig und Denns Dresden

LANDESAMT FÜR UMWELT,
LANDWIRTSCHAFT
UND GEOLOGIE



Freistaat
SACHSEN



Kaufland-Filiale in Dresden



- Kaufland hat sich in der Studie „Wie regional is(s)t Sachsen?“ (SMUL, 2018) als eine sehr beliebte Einkaufsstätte in Sachsen herausgestellt. Die Sachsen kaufen viel häufiger bei Kaufland als die Bürger anderer Bundesländer.
- Hier steht auch Milch vom Landgut Nemt.



- Großes Angebot aus der Region: Mahlitzscher Hof, Hofkäserei Schönborn, Hofgut Pulsitz, Pfarrgut Taubenheim und der Betrieb Steinert.
- Mahlitzscher Hof und Naturkost Elkershausen bieten Joghurt auch in einer 1-Liter Mehrwegflasche an.
- Explizit auf die Region Sachsen hingewiesen wurde nur in einem der Fälle beim Naturjoghurt bei Edeka vom Landgut Nemt „aus Sachsen und aus dem Muldental“.
- Große Konkurrenz bei Joghurt

Netto Ost



Verbraucherpreise für frische Milch, im Discounter Netto Ost (Stavenhagen), in der 29. KW 2022, in EUR/l



Jede dargestellte Milch ist ohne Gentechnik.

Stark wachsende Vertriebswege

Nach Ansicht der Befragten in den nächsten 5 Jahren stark wachsende Vertriebskanäle für Milchprodukte in Sachsen



Beispiel Milchtankstelle

Rentabilität Milchautomat

Anschaffungs- und Herstellungskosten

	€	Afa in %	Afa in €	Uha, Vers. in %	Uha in €	Zinsansatz in %	Zinsansatz in €	Kosten in €
Bauliche Maßnahmen								
Verkaufsraum	5000	4%	200	1,5%	75	2%	50	325
Außenanlage (Parkplatz etc.)	2880	5%	144	1,5%	43	2%	29	216
		4%	0	1,5%	0	2%	0	0
Summe baul. Maßnahmen	7880		344		118		79	541
Einrichtungen								
Milchautomat (100 l)	16000	10%	1600	3,5%	560	2%	160	2320
Flaschenautomat	4000	10%	400	3,5%	140	2%	40	580
Hygiene (Waschbecken etc.)	500	10%	50	3,5%	17,5	2%	5	72,5
Wasser- und Elektroinstallation	1300	10%	130	3,5%	45,5	2%	13	188,5
Heizung, Akku, EDV		10%	0	3,5%	0	2%	0	0
sonstiges (Tisch, Ablage etc.)		10%	0	3,5%	0	2%	0	0
Summe Einrichtungen	21800		2180		763		218	3161
Investitionskosten	29680							

Bewirtschaftungskosten

Jahreskosten	Einheiten	€/h	€
Investitionskosten			3702
Strom, Kühlung, Beleuchtung			200
Reinigung und Desinfektion			250
Versicherung			300
sonstige Nutzungskosten			400
Lohn bzw. Lohnansatz	500	17,7	8850
Summe Jahreskosten			13702

Notwendiger Verkauf zur Kostendeckung

Verkaufspreis	€/Liter	1,00
"Einkaufspreis"	€/l	0,48
Saldo	€/l	0,52
Jahreskosten	€	13702
notwendige Milchmenge	l/Jahr	26350
notwendige Milchmenge	l/Tag	72

Eingabefelder

Tägliche Arbeiten: Tank entleeren, reinigen und neu befüllen, Automat und Verkaufsraum reinigen, Kasse leeren, Kundengespräche....

"Einkaufspreis" = kostendeckender Milchpreis

1,20
0,48
0,72
13702
19031
52

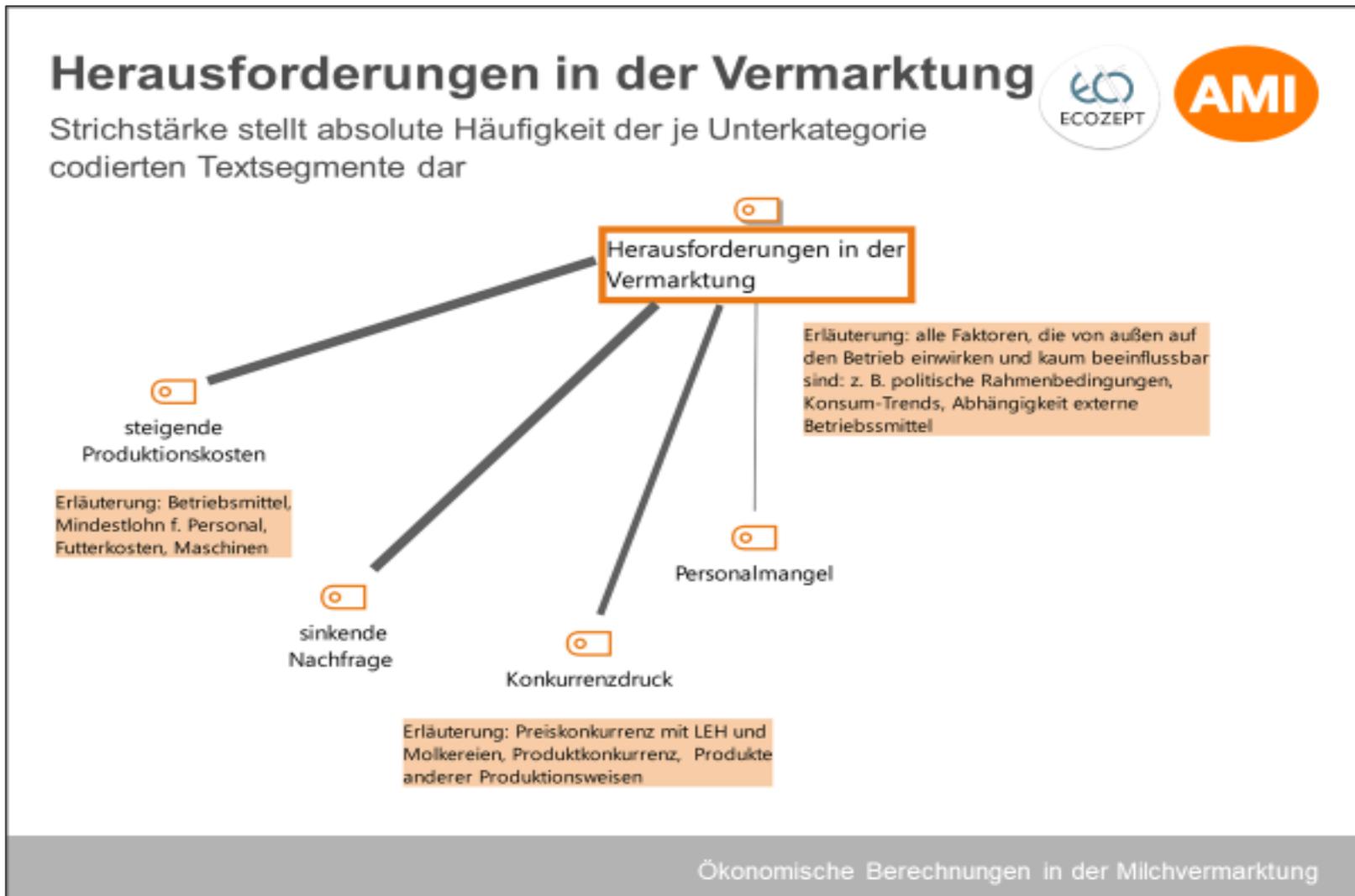
Befragungsdesign

Vor-Ort- und Telefon-Befragungen

Betrieb	Befr.-Art	Vertriebsweg		Produktqualität			Produktart		
		DV	LEH	Bio	Weide	Heu	Trinkmilch	Käse	Joghurt
1	telef. & Vor Ort	x	x	x		x	0	x	x
2	telef.	x		x			x		
3	telef.	x			x		x		x
4	telef.	x	x	x	x	x		x	
5	telef.	x	x				x	x	x
6	telef.	x	x	x			x		x
7	telef.	x	x	x		x	x	x	x
8	telef.	x					x	x	x
9	telef.	x		x				x	x
10	Vor Ort	x		x					0
11	Vor Ort	x						0	

Zeitraum: Mai 2022 (vor Ort) sowie 14. Juli – 28. August 2022

DV= Direktvermarktung; LEH= Lebensmitteleinzelhandel (incl. Naturkostfachhandel)



1. „Ab Hof“: Hofladen, Abholung auf Bestellung, Vertrauenskasse, Automaten
2. Eigener Lieferdienst / Abo-Kiste: online oder „klassisch“
3. Fremder Lieferdienst (meist online)
4. Wochenmarkt: eigener Stand oder in Kooperation, „Käseauto“
5. Außer-Haus-Verpflegung z.B. örtliche Gastro-Betriebe
6. Marktschwärmereien
7. FoodCoop / Erzeuger Verbraucher-Gemeinschaften (EVG's)
8. Solidarische Landwirtschaft (SoLaWi's)

Zeitlicher Aufwand bei der Vermarktung von Milchprodukten:

Einschätzungen der befragten Fachleute*

- Koordination der **Kommunikationsmaßnahmen** / Werbung
- Management der **Verkaufsstätte**
- **Bestellvorgang & Rechnungsstellung**
- **Verpacken**, Kommissionieren und Verkauf



Nicht spontan genannt: Zeit für (Aus-)Lieferung (Eigen/Fremdtransport), Mahnwesen, Etikettieren

*Quelle: Fachleute-Befragung im Juli/August 2022: Frage 8. „Wie hoch schätzen Sie den zeitlichen Aufwand (in Stunden incl. Unternehmerstunden) für die Vermarktung Ihrer Produkte ein? Im Vergleich zum Produktionsaufwand: Skala 1/10 – 10/10“ sowie Frage 9: „Ihrer Meinung nach, welcher der eben genannten Tätigkeiten trägt den höchsten Anteil am zeitlichen Vermarktungsaufwand?“

Wichtige Ausgabeposten bei der Vermarktung von Milchprodukten:

Einschätzungen / Zitate der befragten Fachleute*

1. Personalkosten
2. Verpackung & Etiketten



- Hofladen:
 - „Ich müsste mindestens 60%-70% mehr verlangen, als aktuell“
 - „Ich müsste 30% draufhauen, um Gewinn zu erwirtschaften, aber dann kaufts keiner mehr“
 - „Vor allem wenn der Mindestlohn kommt, müsste ich 30% draufschlagen, aber dann ist der Markt weg – die Politik müsste gegensteuern.“
- Einzelhandel: „Wenn nicht mindestens 25€/Stunde bei einer Tätigkeit rauskommen, lohnt es sich nicht!“
- Marktstand: „Je nach Verkaufstag gehen 20 – 100 % des Umsatzes in die Standgebühren und Personalkosten

*Frage 10: „Wenn Sie an Ihre Kosten für die Vermarktung Ihrer Produkte denken, welche 3 Ausgabeposten sind die höchsten. In absteigender Reihenfolge (z.B. Verpackungsmaterial, GTIS/EAN-Lizenzen, Druckkosten Etiketten, etc.)“ sowie Frage 11: „Im Vergleich zur Vermarktung an den LEH, welchen Aufpreis berechnen Sie aktuell für das von Ihnen direkt vermarktete Produkt, um die o.g. Mehrkosten und den Zeitaufwand wieder einzuspielen?“

Herausforderungen

Einschätzungen der befragten Fachleute

- Sinkende Nachfrage
- Steigende Produktionskosten
- Personalmangel
- Konkurrenz: LEH, Billigprodukte, Ersatzprodukte
- Auflagen und Bürokratie

Unterschied im Vergleich zur Studie 2020

Quelle: Befragung Juli – August 2022

- Diversifizierung der Vertriebswege:
 - Tourismus und Gastro
 - Gemeinschaftsverpflegung, z.B. Schulen
 - Naturkost-Großhandel und -Einzelhandel
- Kommunikation besonderer Produkteigenschaften

Regionalmarken : wenig Potential in der Direktvermarktung

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ In den letzten Jahren kontinuierlich steigende Nachfrage nach Bio-Milchprodukten mit Verbandsstandards durch Verträge des LEH mit einzelnen Verbänden ■ Verbrauchende verbinden mit Bio Umwelt- und Klimaschutz, artgerechte Tierhaltung, höhere Qualität sowie einen besseren Geschmack (im Vgl. zu konv. Lebensmitteln) (BMEL, 2022) ■ Regionale Bio-Großhändler als zusätzliche Absatzmöglichkeit für größere Milcherzeugerbetriebe. Hierdurch können neben dem LEH zusätzliche Absatzmärkte wie z.B. die AHV erschlossen werden. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die aktuell gezahlten Milcherzeugerpreise können nicht alle Kostensteigerungen auf Erzeugerebene kompensieren (VEAUTHIER, 2022) ■ Nur wenige regionale Molkereien, die Bio-Milch verarbeiten, aber flächendeckende Erfassung in Sachsen aus anderen Bundesländern möglich ■ Regionale LM in der Verbraucherwahrnehmung: teuer, schlecht beworben (SMUL 2018, 15), keine Wertsteigerung durch Öko-Siegel (SMUL 2018, 17) ■ In der Verbraucherwahrnehmung ist Regionalität oft wichtiger als Bio-Qualität (Fachleutebefragung, 2022) (LFULG, 2020)

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ hoher Bekanntheitsgrad von Weidemilch bei Konsumierenden, Begriff positiv besetzt, Wiedererkennungswert ■ Weidehaltung allgemein als art- und tierwohlgerechte Haltungform anerkannt (PROVIEH, 2022) und spricht Kunden an, die Wert auf Tierwohl legen, zunehmende Wichtigkeit von Tierwohl für Verbrauchende, großer Wunsch nach Haltungstransparenz, staatliches Tierwohlkennzeichen (BMEL, 2021) ■ Nicht allein auf Kraftfutter angewiesen – bei hohen Weidefutteranteilen nicht so stark den Schwankungen der Futterpreis ausgesetzt-, geringere Kraftfutter- und Energiekosten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erhöhter Produktionsaufwand (Zaunbaukosten, Arbeitsaufwand Weide-Management) ■ Preis für Erzeuger aktuell unwesentlich höher (0,5-2,5 Ct/l) (Pro Weideland, 2022) (LfULG, 2020), laut AMI-Milchpreisspiegel 2021 0,89 Ct/l. (KEUNECKE, 2022) ■ Kein Abnehmer von Weidemilch in Sachsen ■ Begriff „Weidemilch“ rechtlich bisher nicht geschützt und Anforderungen nicht klar und einheitlich definiert - beides ist aber in Arbeit, zukünftige Definitionen sind absehbar ■ Uneinheitliche Richtlinien führen zu wenig Transparenz für die Verbrauchenden, z.B. Aspekt „tatsächlicher Weidegang“ (PROVIEH, 2022), dennoch werden Pro Weideland Vorgaben in vielen Fällen umgesetzt ■ Nur für Betriebe umsetzbar, die wirklich viel Weidefläche anbieten können

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Standard deckt auch den Weidemilch-Standard, wobei Grünfütter auch im Stall gegeben werden kann, Silage ist nicht zugelassen. (LFULG, 2020, S. 42) ■ Rund 4 Cent/kg Aufschlag im Vergleich zu konventioneller Milch (AMI, 2020, S.45) ■ Bestimmte Produktionskosten entfallen (z.B. keine Silage), Heumilch im Allgemeinen günstiger als Bio, aber teurer als Weidemilch ■ In der Verbraucherwahrnehmung als förderlich für die Artenvielfalt eingestuft (GIERSE-WESTERMEIER, 2021) ■ EU-weit geschützte Bezeichnung und Kennzeichnung (LEBENSMITTELKLARHEIT , 2016) ■ i.d.R. gute Tiergesundheit ■ angenehmer Stallgeruch ■ hohes Image bei Konsumierenden ■ Unabhängigkeit von Maschinenringen (AMI/ECOZEPT, 2022) ■ Vermeidung von Silofolien aus Plastik ■ Heu aus Trocknungsanlagen ermöglicht sehr hohe Grundfutterleistung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ In Sachsen geringes Marktpotenzial laut Fachleuten (LFULG, 2020, S. 54) ■ Teure Produktionskosten, Trocknungskosten müssen minimiert werden durch Technologien wie eigener Strom oder Brennstoff, sonst ökonomisch schwer darstellbar ■ Hohe Investitionskosten z.B. Trocknungsanlagen (GIERSE-WESTERMEIER, 2021) ■ Fehlende Absatzmöglichkeiten für konventionelle Heumilch, weil keine regional vermarktende Molkerei in Sachsen Heumilch annimmt, Gläserne Molkerei in Brandenburg erfasst Bio-Heumilch u.a. in Sachsen zur deutschlandweiten Vermarktung ■ Umstieg auf eine andere Futterbergungskette, wenn bisher Silage erzeugt wurde.

Handlungsempfehlungen aus dem Projekt für Erzeuger und Verarbeiter

Für Absatzwege, Verarbeitung und Vermarktung, Kosten auf Erzeugerebene, Kommunikation, Preisgestaltung

- Chancen in allen Absatzwegen, Direktvermarktung, Außer-Haus und LEH
- Einzelbetriebliche Prüfung aller drei Milchqualitäten und Verarbeitungsrichtungen
 - ✓ Hinsichtlich Kosten und Erlösstruktur
- Transparentes Kommunizieren von Erzeugungs-, Verarbeitungs- und Vermarktungskosten
 - ✓ Mit potenziellen Abnehmern Preiskorridor bestimmen, Preise/Kosten offenlegen
 - ✓ Abstimmen wie weit Abnehmer bereit sind, höhere Kosten mitzutragen
- Produkte nicht unter Wert verkaufen
- Schaffen einer Eigenmarke oder Stärken bestehender Eigenmarke
 - ✓ Für Direktvermarkter ist Eigenmarke ausreichend
- Für LEH oder AHV Lieferanten kann Regio-Marke die Kundenkommunikation erleichtern

Handlungsempfehlungen aus dem Projekt für Erzeuger und Verarbeiter

Für Absatzwege, Verarbeitung und Vermarktung, Kosten auf Erzeugerebene, Kommunikation, Preisgestaltung

- Bio-(Heu-) Milch scheint am sinnvollsten
- Weidemilch verursacht die geringsten Kosten und braucht bislang keine Zertifizierung
- Konventionelle Heumilch nur bei bestimmten Rahmenbedingungen und komplett eigener Vermarktung
- Betriebswirtschaftlich Käse am vielversprechendsten, lange lagerfähig, hohe Verkaufschancen, handwerkliche Herstellung betonen
- Chancen für regionale Trinkmilch anders als Standard, z.B. „traditionell hergestellt“
- Joghurt mit hoher Konkurrenz, nur mit Alleinstellungsmerkmalen wie Regionalität – auch andere Sauermilchprodukte möglich
- Schulmilch sicherer Absatzweg
- Jeweils das Besondere der Herstellung hervorheben



Alternativen in der Milchvermarktung ©

Herausgeber

Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie

Artikeldetails

Ausgabe: 1. Auflage
Redaktionsschluss: 26.02.2021
Seitenanzahl: 103 Seiten
Publikationsart: Schriftenreihe
Format: A4
Sprache: deutsch
Barrierefrei: ja

Autoren

Christine Rampold, Diana Schaack, Michael Böhm, Dr. Burkhard Schaeer

Dieser Artikel ist nur elektronisch als PDF verfügbar. Es sind keine Druckexemplare vorhanden.

➤ [Alternativen in der Milchvermarktung](#)
[Download; *.pdf, 16 MB]

Beschreibung

Eine leistungsfähige und wettbewerbsstarke sächsische Milchwirtschaft ist für den Erhalt einer landwirtschaftlichen Unternehmenskultur essenziell. Langfristig wird der Mengenkonsum von Milch und Milchprodukten stagnieren bzw. zurückgehen. Die Sicherung des Milchabsatzes wird zukünftig auch in Sachsen nur über eine höhere Wertschöpfung möglich sein.

Der vorliegende Bericht schafft die erforderliche Datengrundlage. Er setzt sich aus zwei Teilen zusammen: Ein deskriptiver Teil, der den Ist-Zustand der Milchbranche Sachsens beschreibt und ein analytischer Teil, der basierend auf Befragungen von Fachleuten, die Stärken und Schwächen sowie Herausforderungen, Chancen und Potentiale der regionalen Milchwirtschaft aufzeigt und daraus Handlungsempfehlungen ableitet.

Noch in der Veröffentlichungsphase

Ökonomie der alternativen Milchvermarktung in Sachsen 2022

Diana Schaack¹, Michael Böhm², Stephan Scholz³, Marc Albrecht-Seidel⁴, Christine Rampold¹, Sarah Single¹, Franziska Kerger², Anna Raschel⁴

¹Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH; ²Ecozept GbR; ³Experte für Milch- und Betriebswirtschaft; ⁴Verband für handwerkliche Milchverarbeitung e.V.



Hintergrund & Ziele

In Sachsen fehlte eine ausreichende Datengrundlage für die Beurteilung der alternativen Erzeugung, Verarbeitung und regionalen Vermarktung von Kuhmilch. Die vorliegende Studie zeigt beispielhafte Lösungen und unterbreitet Vorschläge, um die Wettbewerbsfähigkeit alternativer Formen der Milchproduktion zu verbessern.

Arbeitsschritte

- Betriebswirtschaftliche Erhebungen für die
 - Landwirtschaftliche Produktion von Bio-Milch, Heumilch und Weidemilch
 - Verarbeitung von Trinkmilch, Joghurt und Hartkäse
 - Schätzung von Vermarktungskosten
- Bewertungen und Abbildung von Empfehlungen aus
 - StoreChecks im sächsischen Einzelhandel
 - Literaturanalyse, Expertengesprächen und Workshop
 - Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken

Ergebnisse

Individuelle betriebswirtschaftliche Berechnungen sind der Grundstein des wirtschaftlichen Erfolgs. In der Reihenfolge Bio-Milch, Heumilch, Weidemilch werden die erzielbaren Aufschläge beim Milchpreis immer kleiner (je nach Standort, Boden und Niederschläge), aber auch Entfernung von Absatzmärkten, vorheriger Wirtschaftsweise, Abnahmemöglichkeiten durch eine Molkerei für die nicht direkt vermarktete Milch, muss die Entscheidung für eine Umstellung betriebsindividuell getroffen werden. Dazu ist der erwartbare Mehraufwand möglichst genau zu bestimmen. Allgemeingültige Aussagen lassen sich nicht treffen. Bei Heu- und Weidemilch müssen zukünftige Forderungen und eventuelle Einsparpotenziale berücksichtigt werden.

Empfehlung	Beispiele in der Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung
Produktions- und Vermarktungskosten erfassen	Erläutliche Bereiche über anfallenden Kosten (auch Zeitaufwand), Inanspruchnahme von Fördermaßnahmen „Sicher-Verhandeln“, Senken von Kosten wie z.B. beim Kraftfütterersatz
Abhängigkeiten von außen reduzieren	Einsatz von eigenem Grundfutter maximieren, Produkte mit geringem Verarbeitungsgrad privilegieren, um externen Personalbedarf sowie Bedarf an Hilfsmitteln gering zu halten, Zukauf sonstiger Rohstoffe und (Verarbeitungs-) Hilfsmittel reduzieren
Beretzungsquellen sowie Vermarktungsweg diversifizieren	Eigene Verarbeitung und Vermarktung bei gleichzeitiger Belieferung an bisherige Abnehmer (Molkereien, Käseereien)
Kooperationen in der Region eingehen	Schließung einer gemeinsamen Marke, Erweiterung des eigenen Produktionsumfangs durch Zukauf, Kooperation mit Herstellern anderer Produktgruppen in der Vermarktung, Verarbeiten/Teilen von qualifiziertem Personal (Personenpool), Nutzen von Dienstleistungen wie Maschinenpflege
Professionelle Kundenkommunikation	Herausstellen seines betrieblichen Abverkaufswerts, kombiniert mit einer Herkunftsbezeichnung „Verkaufsumgebung „Regional“ alleine nicht möglich, sondern mit ein- vielfersprechenden, wenn es mit zusätzlichen Qualitätsversprechen verknüpft ist.

	Minimum	Maximum
Qua-Milch	12	17
Heu-Milch*	6	10
Wede-Milch**	0	5



Bei der Verarbeitung wird die Rentabilität entscheidend beeinflusst durch:

- Milcherzeugungskosten
- Arbeitszeitaufwand
- Verkaufspreis

Weniger entscheidend sind die Kosten für Abschreibung und Instandhaltung. Der Bau einer Holzkäselei hängt vor allem davon ab, ob ausreichend liquide Mittel für die Anfangsinvestition zur Verfügung stehen. Bei einer Planungsberechnung sind unbedingt die tatsächlichen Milcherzeugungskosten einzuplanen. Für die Arbeitszeit gilt es, Chargengrößen zu wählen, die bewertbar und vermarktungsfähig sind. Unterschätzt wird sehr oft der Einfluss des Verkaufspreises auf den Betriebsbedarf.

Empfehlung	Beispiele in der Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung
Regionenmanagement vor Ort	Anschließungszug für Regionenagenturen, welche gemeinschaftlich getragene Aktionen oder regionale überbetriebliche Kooperationen unterstützen
Bildung/Ausbildung/Personal	Kampagne für Ernährung und Handwerksberufe, Unterstützung bei Lehrstellen, Handwerk in der Ausbildung Bildungsprämie Bildungsgutschein wieder einführen, da erlich und einbezugsfähig Beratungsgutscheine schaffen für Inanspruchnahme betriebsindividueller Beratungsleistungen (Marketing, Verhandlungsführung, etc.)
Ernährungsberatung in öffentlichen Bildungseinrichtungen	Kindern und Jugendlichen einen Bezug zur Lebensmittelherstellung geben - über „Bauernhochschule“, Praktika, Kochen in den Schulen Ernährungsberatung insbesondere in der Außer-Haus-Verpflegung
Instrumente zum Benchmarking entwickeln	Tools zum betriebswirtschaftlichen Vergleich des eigenen Betriebes mit anderen Betrieben zur Verfügung stellen, für landwirtschaftliche Produktion, Verarbeitung und Vermarktung
Coaching für neu einsteigende Betriebe	Strategieplanung und betriebswirtschaftliche Beratung
Förderinstrumentarium anpassen und zugänglich machen	Insbesondere für investive Maßnahmen (Anlagen und Maschinen) in Betrieben mit Diversifizierungsabsichten
Bürokratieabbau und angepasste Genehmigungs- und Kontrollverfahren	Bessere Abstimmung und Zuständigkeitsverteilung zwischen den Ressorts Vorschläge auf kleine und mittelständische Unternehmen anpassen

Fazit

Um erfolgreich Milch und Milchprodukte produzieren, verarbeiten und vermarkten zu können, müssen die Erzeugungs- und Verarbeitungsbetriebe ihre eigenen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, insbesondere die tatsächlichen Kostenfaktoren kennen, verstehen und ehrlich in den Verkaufspreis einpreisen. Die öffentliche Hand kann dies unterstützen durch:

- Betriebsindividuelle Beratung und Bildung anstatt allgemeinen Leitfäden
- Fördermittel bürokratisch und leicht zugänglich machen
- Regionenmanagement vor Ort installieren
- Daten zu Vermarktungskosten ermitteln
- Lösungsorientierte behördliche Überwachungs- und Kontrollmechanismen



Für jeden Markt das richtige Ei

Nicht der Landwirt entscheidet, welche Henne er einstellt, sondern der Absatzweg und deren Vorgaben.

Quelle: Björn Andersson, Lohmann Breeders GmbH



Kann das so auch auf andere Tierarten übertragen werden? Benötige ich für alternative Milchvermarktung eine andere Rasse als Holsteins, für Fleischdirektvermarktung andere Grundlagen beim Schwein als dänische Genetik?