

Deutsche Milch weltweit ein Renner

Norbert Lehmann, Bonn

Leistungsfähiges Grünland ist die Basis einer konkurrenzfähigen Milcherzeugung. Die deutsche Milchwirtschaft kann darauf bauen. Sie münzt eine gute Grundfütterversorgung in wachsende Exporterfolge um.

Trotz aller Fortschritte in der Tierzucht, im Herdenmanagement und der Tiergesundheit, die unverzichtbare Basis einer wettbewerbsfähigen Milchviehhaltung ist nach wie vor ein in Menge und Qualität herausragendes Grundfütterangebot. In Deutschland ist diese Erfolgsvoraussetzung erfüllt. Gerade in den landwirtschaftlich nur eingeschränkt nutzbaren Mittelgebirgslagen gedeihen Gräser und Klee prächtig und ernähren insgesamt gut 4 Mio. Milchkühe. Jedes dieser Tiere gibt im Durchschnitt jährlich 7.000 kg Milch. Ohne eine preiswerte und zugleich qualitativ anspruchsvolle Grundfütterbasis wäre dieses Leistungsniveau unerreichbar. Innerhalb der

Europäischen Union nimmt Deutschland mit einem Gesamtaufkommen von 28 Mrd. kg Milch den Spitzenplatz ein. Daraus stellten die heimischen Molkereien im vergangenen Jahr Milch und Milcherzeugnisse im Gesamtwert von 22,3 Mrd. Euro her.

Deutscher Käse – ein Exportschlager

Käse, Butter und Joghurt „Made in Germany“ sind aber nicht nur im Inland beliebt. Ein beachtlicher Anteil wird in den EU-Partnerländern und in Drittstaaten auf der ganzen Welt verzehrt. Der Milchindustrie-Verband (MIV) beziffert den Exportwert auf 4,89 Mrd.

Euro oder 11 % der Erzeugung. Bezieht man die Ausfuhren über Zwischenhändler ein, wie dies in der Agraraußenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamtes der Fall ist, exportierte Deutschland sogar Milch und Milcherzeugnisse im Wert von 6,99 Mrd. Euro; das waren 18,7 % mehr als im Vorjahr. Größter Exportschlager war Käse, von dem mehr als ein Drittel der Produktion im Ausland abgesetzt wurde.

Milch ist der Wachstumsmotor

Der Aufschwung ist nicht allein durch höhere Weltmarktpreise für Molkereierzeugnisse bedingt. Auch die abgesetzten Mengen an Butter,



Ohne eine preiswerte und zugleich qualitativ anspruchsvolle Grundfütterbasis wäre das hohe Leistungsniveau der Milchkühe unerreichbar.

Russland

Japan

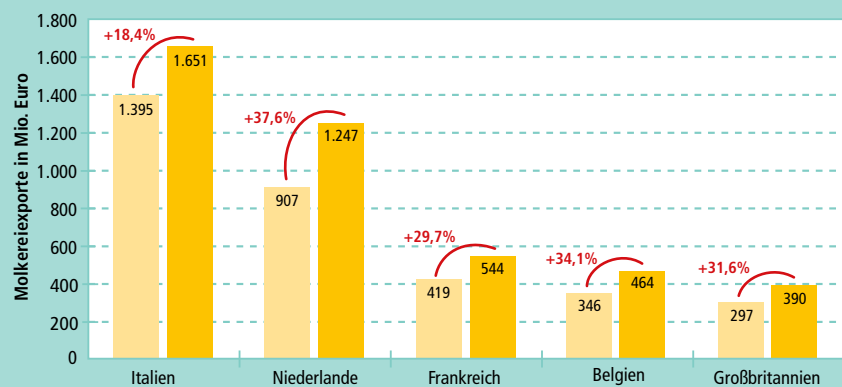
Käse, Butter und Joghurt aus Deutschland sind in der ganzen Welt beliebt.



Saudi-Arabien

Käse, Joghurt und Molkenpulver konnten erheblich gesteigert werden. Die Absatzerfolge im Ausland kommen der gesamten deutschen Agrarwirtschaft zugute. „Die deutschen Agrarexporte sind zum Motor der Entwicklung der Land- und Ernährungswirtschaft geworden“, sagt Gerd Müller, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundeslandwirtschaftsminister. Als „Agrarexportbeauftragter“ der Bundesregierung bereist Müller potenzielle Zielländer für deutsche Lebensmittelausfuhren, um nicht-tarifäre Handelshemmnisse abzubauen. Dabei wird er von einem eigens eingerichteten Expertenstab im Landwirtschaftsministerium unterstützt. Im Fokus stehen allerdings zumeist veterinärrechtliche Fragen, die Lieferungen von lebenden Tieren oder Fleisch erschweren. Erste Erfolge wurden in diesem Jahr in Südafrika, China und den Vereinigten Arabischen Emiraten erzielt. Die Exporteure von Milch und Milcherzeugnissen aus Deutschland haben aufgrund der hohen Qualitäts- und Hygienestand-

Die Top 5-Zielländer für deutsche Molkeexporte in der EU (in Mio. Euro) 2006–2007



dards nur selten mit Marktzugangsbeschränkungen zu kämpfen.

Im ersten Halbjahr 2008 hielt der Aufwärtstrend der deutschen Molkeexporte an. Von Januar bis Juni nahmen die Ausfuhren von Milch und Milcherzeugnissen wertmäßig um 13,6% auf

annähernd 3,69 Mrd. Euro zu. Bis zum Jahresende erwartet die CMA einen Anstieg um 10% auf 7,7 Mrd. Euro. Die Milchwirtschaft bliebe somit der bedeutendste Exportzweig der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft. Auf sie entfallen rund 15% der gesamten Agrarausfuhren, dicht gefolgt von der Fleischwirtschaft. Prognosen der Europäischen Kommission lassen erwarten, dass der Boom noch eine ganze Weile anhalten wird. Nach Projektionen der EU-Generaldirektion Landwirtschaft vom April 2008 wird die Nachfrage nach Molkeerzeugnissen allein auf dem Binnenmarkt bis 2014 um 8 Mio. t Milch oder 6% steigen. Zusätzliche Chancen bieten sich in aufstrebenden Schwellenländern weltweit. Allein in China wächst die Zahl der Menschen mit einem mittleren Einkommen jährlich um 25 bis 30 Mio.

Die Top 5-Zielländer für deutsche Molkeexporte außerhalb der EU (in Mio. Euro)

	2006	2007	Veränderung
Russland	196,1	203,3	3,7%
Japan	54,0	55,7	3,1%
Saudi-Arabien	54,5	49,2	-9,7%
Schweiz	31,0	46,8	51,0%
Kanada	40,5	43,3	6,9%

Quelle: CMA



Die deutschen Molkereien stellten 2007 Milch und Milcherzeugnisse im Gesamtwert von 22,3 Mrd. Euro her.

Nachfrageimpulse aus dem Osten

Doch wo liegen die ausländischen Absatzmärkte der deutschen Milchwirtschaft? Fast 90 % ihrer Exporterlöse erzielen die heimischen Molkereien in den Partnerländern der Europäischen Union. An erster Stelle steht mit großem Vorsprung Italien, das im vorigen Jahr Milch und Molkereiprodukte im Wert von rund 1,7 Mrd. Euro aus Deutschland bezog. Das entsprach gegenüber 2006 einem Zuwachs von 18 %. Eine Besonderheit im Italiengeschäft sind die großen Mengen an Rohmilch, die süddeutsche Molkereien über den Brenner verkaufen. Rund zwei Drittel der gesamten deutschen Ausfuhren an Verarbeitungsmilch fließen nach Italien. Zweitgrößter Kunde sind die Niederlande mit Einfuhren an Molkereiprodukten für 1,2 Mrd.

Euro. Auch nach Holland werden nennenswerte Mengen an Rohmilch geliefert. Hinzu kommt jedoch auch Käse in erheblichem Umfang, der von den Niederländern teilweise weiter gehandelt wird. Auf den Plätzen drei bis fünf folgen Frankreich, Belgien und Großbritannien. Das Ausmaß des innereuropäischen Handels wird daran deutlich, dass allein Großbritannien so viele Milcherzeugnisse in Deutschland einkauft, wie die fünf größten Drittlandskunden zusammen. Grundvoraussetzung für diesen Erfolg ist der Binnenmarkt. Der freie Warenverkehr ohne Zollschranken, die technische Harmonisierung und die Einführung des Euro sind Segnungen aus Brüssel, die über den zähen agrarpolitischen Alltag allzu oft in Vergessenheit geraten. Die jüngsten Erweiterungsrounden der Europäischen Union haben den deutschen

Molkereien daher weitere Wachstumsmärkte eröffnet. Im vergangenen Jahr konnten sie in einigen neuen Mitgliedstaaten wie Polen, der Tschechischen Republik oder Rumänien bereits besonders hohe Zuwächse erzielen. Polen und Tschechien kauften 2007 zusammen mehr Molkereiprodukte aus Deutschland als Russland, das mit Abstand wichtigste Zielland unter den Drittstaaten. Und die EU-Kommission prognostiziert weiteres Wachstum. So soll sich der Pro-Kopf-Verbrauch von Käse in Bulgarien und Rumänien bis 2014 von 5,7 kg auf 10,6 kg annähernd verdoppeln.

Großes Potenzial in Nordafrika und China

Bedeutende Absatzmärkte liegen jedoch auch jenseits der Grenzen des Binnenmarktes. Russland ist traditionell der wichtigste Kunde der deutschen Milchindustrie außerhalb der Gemeinschaft. Im vergangenen Jahr kauften die Russen Milch, Joghurt und Käse aus Deutschland im Wert von 203 Mio. Euro. Der vergleichsweise geringe Zuwachs von 3,7 % gegenüber dem Vorjahr war vor allem auf den starken Wechselkurs des Euro gegenüber dem US-Dollar zurückzuführen. Das verschlechterte die Konkurrenzfähigkeit der deutschen Exporte, so dass Russland mehr Butter aus den USA importierte. Die Lieferungen aus Deutschland schrumpften von 6.000 auf 1.500 t. In den ersten Monaten des laufenden Jahres gingen allerdings wieder deutlich größere Bestellungen vor allem von Käse ein. Hinter Russland sind Japan, Saudi-Arabien, die Schweiz und Kanada die nächstgrößeren Abnehmer deut-

Exporte der deutschen Milchwirtschaft in die EU und Drittländer (2007, in t)

	gesamt	EU	Drittländer	Anteil Drittländer am gesamten Export
Konsum- und Verarbeitungsmilch	2.084.238	2.049.898	34.340	1,6 %
Käse	888.520	778.605	109.915	12,4 %
Butter und Milchstreichfette	93.625	74.778	18.847	20,1 %
Molke und Molkenpulver	571.949	536.138	35.811	6,3 %
Joghurt, Buttermilch, Kefir, saurer Rahm	606.601	585.053	21.548	3,6 %

Quelle: Statistisches Bundesamt

Daten der deutschen Milchindustrie

	Maßeinheit	2006	2007	Veränderung
Milchviehalter	Mio. Stück	103.000	102.000	-0,1 %
Milchkühe	Mio. Stück	4,05	4,07	0,5 %
Milchleistung	kg je Kuh und Jahr	6.849	7.000	2,2 %
Milchverarbeitung	Mio. t	27.162	27.600	1,6 %
Umsatz	Mio. Euro	20.972	22.276	6,2 %

Quelle: Statistisches Bundesamt, BMELV, ZMP, MIV



Die Wachstumschancen der deutschen Milchindustrie liegen größtenteils im Export.

scherscher Milcherzeugnisse. Vor allem der Warenaustausch mit der Schweiz hat durch den zum 1. Juni 2007 eingeführten Freihandel für Käse einen erheblichen Aufschwung genommen. Seither nimmt die kleine Schweiz mehr deutsche Molkereiprodukte ab als die USA. Besonders hohe Zuwachsraten von bis zu 340 % erzielt die deutsche Milchindustrie im Handel mit Ländern wie Singapur, Thailand, Malaysia und Mexiko. Ein Teil dieser Entwicklung ist allerdings Aufholbedarf, nachdem die Milchpulverlieferungen im Vorjahr außergewöhnlich gering ausgefallen waren.

Gute Wachstumschancen sehen Marktbeobachter auch in Nordafrika und auf der arabischen Halbinsel. Dort ist die Eigenproduktion an Milch und Milcherzeugnissen gering, und

Lieferungen aus der EU müssen nur über relativ kurze Wege transportiert werden. Zwar ging der algerische Magermilchpulvermarkt 2007 aufgrund des schwachen Dollars an die Konkurrenz aus den USA verloren. Dafür konnten die deutschen Exporteure in Marokko den Absatz von Molkereierzeugnissen außer Käse verdreifachen. Das Bundeslandwirtschaftsministerium führte im Juni 2008 in Berlin erstmals einen gemeinsamen Kooperationstag mit Marokko durch, um die Außenhandelsbeziehungen zu vertiefen.

China rangierte bei Milchprodukten 2007 hingegen erst auf Rang 21 der wichtigsten Exportkunden Deutschlands außerhalb der EU. Der Importwert erreichte gerade mal 9,8 Mio. Euro. Hier könnte durch den Skandal um Melamin-

belastete Molkereiprodukte jedoch kurzfristig eine Sonderkonjunktur entstehen. Chinesische Verbraucher setzen in ausländische Milcherzeugnisse mehr Vertrauen.

Für MIV-Hauptgeschäftsführer Eckhard Heuser steht fest: „Die Wachstumschancen der deutschen Milchindustrie liegen größtenteils im Export. Dort müssen wir den Absatz ausbauen, denn der Inlandsmarkt ist weitgehend gesättigt.“

Norbert Lehmann

Fon 02 28/5 34 56 17

Fax 02 28/5 34 56 18

lehmann@wortschmiede.info

Färsen, Sperma und Embryonen sind gefragt

Wer eine Milchwirtschaft aufbauen will, braucht Zuchtrinder. Darum ist der Import von tragenden Färsen, Sperma und Embryonen ein Indikator für sich entwickelnde Milchindustrien. Deutschland hat in den vergangenen Jahren erhebliche Stückzahlen an Zuchtrindern vor allem nach Russland sowie Nordafrika geliefert. Der Moskauer Oberbürgermeister Jurij Luschkow orderte erst im Oktober bei einem Besuch in Bayern 1.500 Zuchtrinder, um die Milchzeugung im Umkreis der russischen Hauptstadt anzukurbeln. Im vergangenen Jahr

lieferten deutsche Rinderzüchter insgesamt mehr als 77.000 Zuchtrinder in 32 Länder, darunter 20.000 Holstein-Färsen für Russland. Größere Stückzahlen an Holsteins gingen auch nach Kroatien, Marokko und in die Ukraine. Kasachstan, Usbekistan und Weißrussland meldeten ebenfalls Interesse an deutschen Holsteins und Braunvieh an. Dort wurden staatliche Aufbauprogramme für die Milchviehhaltung beschlossen. Kasachstan sagte gegenüber der Bundesregierung zu, 20 Milchviehbetriebe mit jeweils 1.200 Tieren aufzubauen.

Die Impfung gegen die in Westeuropa grassierende Blauzungenkrankheit stört jedoch die Ausfuhr lebender Rinder in einige Abnehmerländer. Über angepasste Veterinärzertifikate wird verhandelt. Weiterhin offen sind Algerien, Marokko und Tunesien. Sie sind traditionell gute Kunden deutscher Rinderzüchter. China kauft bisher in erster Linie Rindersperma in Deutschland ein und hat Interesse an Embryonen angemeldet. Bei Lebendtieren setzen die Chinesen bevorzugt auf australische Herkünfte.