

WAS IST DER MMI?

Der Milch Marker Index (MMI) beruht auf der Studie „Was kostet die Erzeugung von Milch?“. Der Index zeigt die Entwicklung der Milcherzeugungskosten auf und wird in regelmäßigen Abständen vom Büro für Agrarsoziologie und Landwirtschaft (BAL) aktualisiert. Die Preis-Kosten-Ratio verdeutlicht, inwieweit das „Milchgeld“ die Produktionskosten abdeckt. Die Berechnungen basieren auf Daten des Statistischen Bundesamtes (Destatis) und des InformationsNetzes Landwirtschaftlicher Buchführungen der EU (INLB).

MILCH MARKER INDEX FAKTEN

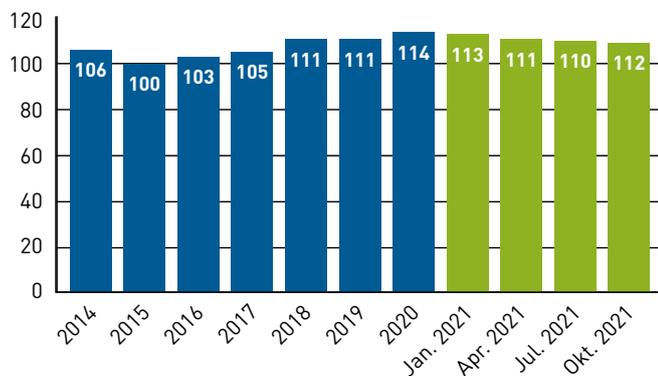
Im Oktober 2021 betrug der Milch Marker Index 112, somit sind die Milcherzeugungskosten im Vergleich zum Basisjahr 2015 um 12 Prozent gestiegen. Im Vergleich zum Juli 2021 lagen die Milcherzeugungskosten in Deutschland mit 46,13 Cent pro Kilogramm Milch um knapp einen Cent höher, und der Milch Marker Index legte um 2 Prozent zu.

Da der Milchzahlungspreis im gleichen Zeitraum um 1,66 Cent auf 37,45 Cent pro Kilogramm anstieg, veränderte sich die Preis Kosten Ratio von 0,79 auf 0,81. Der Milchzahlungspreis deckt damit immer noch 19 Prozent der Kosten der Milcherzeugung nicht. Die Milcherzeugungskosten stiegen in allen drei Regionen (in Nord um 1,01 auf 40,93 Cent, in Ost um 0,96 Cent auf 43,63 Cent und in Süd um 0,61 auf 52,29 Cent pro Kilogramm). Insbesondere bei den süddeutschen Betrieben, in denen überwiegend Doppelnutzungsrassen wie das Fleckvieh eingesetzt werden, konnte der Kostendruck etwas besser abgefangen werden. Dies lag an den ebenfalls deutlich angestiegenen Rindererlösen (durchschnittlich plus 1,17 Cent pro Kilogramm erzeugter Milch).

Die Milchzahlungspreise stiegen in allen drei Regionen (in Nord um 2,14 auf 37,62, in Süd um 1,40 auf 37,68 und in Ost um 1,16 auf 36,75 Cent pro Kilogramm). Im Norden und Süden lagen sie damit um mehr als einen Cent höher als in der Region Ost.

MILCH MARKER INDEX MMI

Datum der Veröffentlichung: 15.01.2022



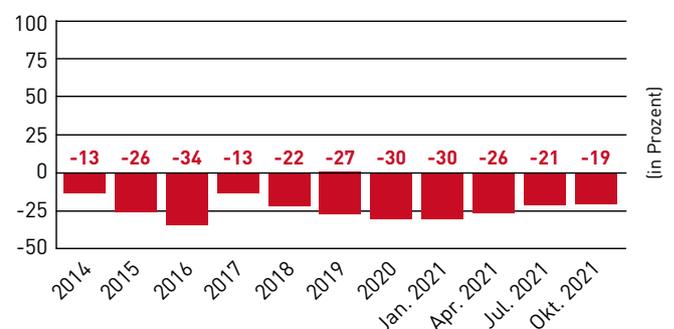
Veränderung der Milcherzeugungskosten in Deutschland im zeitlichen Verlauf, Basis 2015=100, aktualisierte Berechnungsbasis INLB 2019 (zuvor 2010-2018)

Quartalswerte vorläufig

© MEG Milch Board w. V.

PREIS-KOSTEN-RATIO (UNTERDECKUNG)

Datum der Veröffentlichung: 15.01.2022



© MEG Milch Board w. V.

Quelle Grafiken und Tabellen:
Trendberechnung BAL auf Basis von Daten Destatis und INLB

Deutschland											
Datum der Veröffentlichung: 15.01.2022											© MEG Milch Board w. V.
Jahr/Quartalswert*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Jan. 2021	Apr. 2021	Juli 2021	Okt. 2021
Milcherzeugungskosten in ct/kg	44,39	41,20	42,44	43,17	45,57	45,87	46,77	46,59	45,75	45,30	46,13
Milchauszahlungspreis in ct/kg**	38,78	30,53	27,93	37,40	35,60	33,70	32,84	32,70	34,02	35,79	37,45
Preis-Kosten-Ratio	0,87	0,74	0,66	0,87	0,78	0,73	0,70	0,70	0,74	0,79	0,81

*Quartalswerte vorläufiger Trend, alle Angaben ohne MwSt., ab 2020 Hochrechnung auf Basis INLB 2019 (vorläufig) und Destatis, zuvor Berechnungsbasis INLB 2010-2018

**alle Milchpreise bei 4,0 % Fett u. 3,4 % Eiweiß, ab 2019 ab Hof, zuvor frei Molkeerei. 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.

MILCH & MARKT

Der durchschnittliche Milchpreis in der EU und auch in Deutschland lag im November 2021 laut EU-Marktbeobachtungsstelle bei rund 40 Cent je Kilogramm Milch. Und auch der Kieler Rohstoffwert erreichte im Dezember einen historischen Höchststand von 51,50 Cent. Was sich zunächst für die gebeutelten Milcherzeuger gut anhört, relativiert sich mit Blick auf die tatsächlichen landwirtschaftlichen Erzeugungskosten und die aktuellen Verwertungen im Handel mit Milchprodukten.

Der Vorstandsvorsitzende der MEG Milch Board Frank Lenz begrüßt die steigenden Milchpreise, ein Gefühl der Zufriedenheit kann er aber noch nicht verspüren. „Auch jetzt kann der durchschnittliche Milchviehbetrieb seine Erzeugungskosten nicht decken. Darüber hinaus haben die schlechten Milchpreise in den letzten Jahren große Löcher gerissen. Die Zielmarke in den Milchpreisverhandlungen muss deshalb mindestens bei 46,13 Cent liegen; wenn es die Verwertungen hergeben, auch darüber. Milch ist aktuell extrem knapp!“

Lenz nimmt auch die Haltung der großen Einzelhandelsketten wahr. Der Handelsverband Deutschland (HDE) beispielsweise sieht die Verantwortung für die Tierhaltung bei den Bäuerinnen und Bauern. Er fordert, dass der Gesetzgeber direkt bei den Erzeugern/innen ansetzen muss. Diese Haltung verschließt sich dem notwendigen Dialog darüber, wie denn all die Versprechungen, die der Handel seinen Kundinnen und Kunden macht, ermöglicht werden sollen. Gesetze und Vorgaben sind ein Aspekt, sorgen aber nicht dafür, dass die Lebensmittel in die Regale des Handels kommen. Das können nur wir Bauern, und dazu haben wir eine eindeutige Position: „Wir können nach der Maßgabe produzieren, in dem Umfang wie uns dafür die Mittel zur Verfügung gestellt werden. Fließt kein Geld – fließt auch keine Milch!“

Lenz hält diese Entwicklung nicht nur für ein Strohfeuer. Die Zeit des Mengenwachstums am deutschen Milchmarkt ist für ihn vorbei. Die Gründe dafür sind vielfältig: Die Milchpreise ermöglichen keine Investitionen in die Zukunft. Der Nachwuchs fehlt, qualifizierte Fremdarbeitskräfte sind rar. Zudem steigt eine besorgniserregende Zahl an Betrieben aus der Milchviehhaltung aus. Die stetige Forderung nach einer noch stärkeren Ökologisierung der Landwirtschaft wird das Milchaufkommen eher dämpfen als fördern. Hinzu kommen die großen Unbekannten wie Klimawandel, Inflation und Politik. Lenz: „Im Moment spricht nichts für sinkende Lebensmittelpreise. Was aber – wie die jetzige Situation ganz offensichtlich zeigt – nicht gleichbedeutend für die Erzeugerpreise ist. Die Lebensmittelpreise werden aufgeblasen und Margen verzerrt. Das Geld wird leider noch nicht für den so oft propagierten Umbau der Tierhaltung eingesetzt. Die Konsequenzen wird die Gesellschaft zu tragen haben.“

Das vom HDE angekündigte Setzen auf Regionalität und Herkunft enthält Lenz zufolge zwei Botschaften: „Erstens: Das geht nur mit uns Bauern vor Ort. Zweitens: Auch wir Milcherzeuger müssen Gewohntes radikal überdenken und uns neu ausrichten. Dies gilt für die Produktion ebenso wie für die Vermarktung!“