

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 seit dem Jahr 2013 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

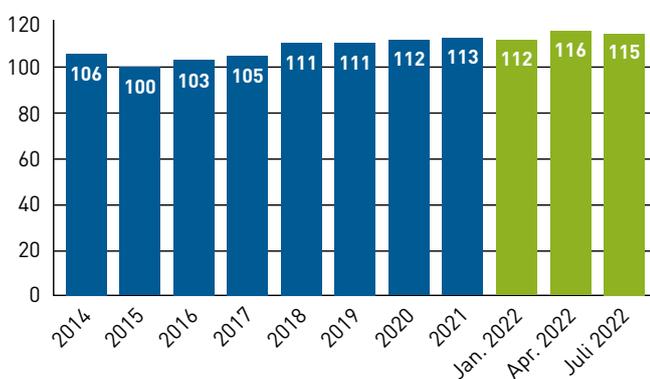
Für den Milch Marker Index zum Juli 2022 wurde ein Wert von 115 Punkten ermittelt. Die Milcherzeugungskosten sind im Vergleich zum April geringfügig um 0,29 Cent auf 47,31 Cent pro Kilogramm Milch gesunken. Das mag auf den ersten Blick verwundern angesichts der unvermindert sehr hohen Betriebsmittelpreise. Eine Erklärung liegt in noch stärkeren Einsparungen speziell beim Düngerverbrauch. Wie sich das auf die Erträge auswirken wird, bleibt abzuwarten.

Im selben Zuge erreichten die Milchauszahlungspreise im Juli 2022 in Deutschland einen Stand von durchschnittlich 55,04 Cent pro Kilogramm. Die Preise erhöhten sich von April bis Juli 2022 mit plus 7,84 Cent (+16,61 %) noch stärker als im Vorquartal (+ 5,54 Cent bzw. +13,30 %). Die Preisentwicklungen führten im Juli 2022 trotz der hohen Kosten zu einer Deckung der Milcherzeugungskosten in Deutschland. Die Preis-Kosten-Ratio lag bei 1,16, d. h. die Milcherzeugungskosten waren zu 116 % gedeckt.

Allerdings stiegen die Milchauszahlungspreise in der Region Süd deutlich verhaltender. Sie lagen im Juli 2022 mit 53,22 Cent (bei Milcherzeugungskosten von 53,00 Cent) ganze 3,50 bzw. 1,98 Cent pro Kilogramm unter denen in der Region Nord bzw. Ost. Dementsprechend konnten in den Regionen Nord und Ost zum zweiten Mal in unseren langjährigen Beobachtungszeiträumen Gewinne erzielt werden, bei einer Preis-Kosten-Ratio von 1,34 bzw. 1,19. Die Ratio im Süden lag bei 1,00, somit wurde hier nur Kostendeckung erreicht.

MILCH MARKER INDEX MMI

Datum der Veröffentlichung: 15.10.2022



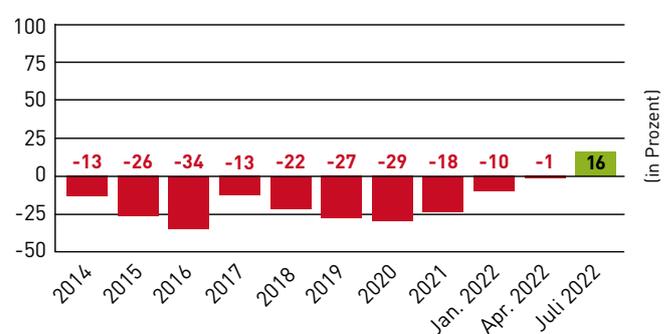
Veränderung der Milcherzeugungskosten in Deutschland im zeitlichen Verlauf, Basis 2015=100, aktualisierte Berechnungsbasis INLB 2020 (zuvor 2010-2019)

Quartalswerte vorläufig

© MEG Milch Board w. V.

PREIS-KOSTEN-RATIO (UNTERDECKUNG)

Datum der Veröffentlichung: 15.10.2022



© MEG Milch Board w. V.

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

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.

MILCH & MARKT

Froh und glücklich über die gegenwärtige Milchpreissituation ist der Vorstandsvorsitzende der MEG Milch Board Frank Lenz: „Die aktuellen Milchauszahlungspreise bringen Geld und Perspektive auf die Höfe; die steigenden Kosten werden aufgefangen. In den Regionen Nord und Ost verzeichnen wir sogar Gewinne. Allerdings wissen wir auch, wie dies zustande kam: Die Verringerung des Milchangebotes durch Betriebsaufgaben – in ganz Deutschland – ist die Ursache für die so dringend notwendigen Milchpreise, die wir momentan haben.“

Gleichzeitig stellt er fest, dass die derzeitige Milchknappheit skurrile Blüten hervorbringt: „Was uns Milchbäuerinnen und Milchbauern lange als unabdingbar verkauft wurde, scheint plötzlich nicht mehr notwendig. Abzüge für Milch aus Anbindehaltung oder für Milch mit höheren Zellzahlen wurden über Nacht gekippt, um nur einige Beispiele zu nennen.“ Das bedeutet für Lenz im Umkehrschluss: „Über die verbliebenen sogenannten Mehrwertprogramme und andere marketinggetriebene Angebote des Handels und der Milchaufkäufer können wir Bauern und Bäuerinnen jetzt frei entscheiden. Nach meiner Einschätzung sind solche Angebote, die keine konkrete Wirkung bezüglich Tierwohl, Umwelt und Einkommen der Bäuerinnen und Bauern entfalten, abzulehnen oder kostenecht einzupreisen.“

Die Marktteilnehmer signalisieren einerseits eine hohe Nachfrage nach Milch, andererseits eine große Unsicherheit bezüglich der Vermarktungsmöglichkeiten der Produkte. Die Milchauszahlungspreise sind derzeit exportgetrieben. Der Absatz im Export bestimmt das Weltgeschehen, und das ist unkalkulierbar. Auch schätzt Lenz, dass das geringe Angebot weiter für hohe Preise sorgen wird. Darin sieht er gleichzeitig Chance und Gefahr: „Wir können jetzt langsam beginnen, die durch die jahrelange Unterdeckung entstandenen Lücken zu schließen. Gleichzeitig verlangt diese ungewohnte Situation nach neuen Ideen. Wir könnten diese einmalige Chance nutzen, um unsere Marktposition zu verbessern. Dabei können wir – wieder einmal – aus den aktuellen Erfahrungen lernen. Das Beispiel Biomarkt zeigt, dass Mengenausdehnungen ohne Abnehmer die Preise drücken. Mengenmanagement ist also dringend erforderlich. Die Gefahr ist simpel – wir lassen die Chance, jetzt unsere Marktposition zu verbessern wider besseren Wissens brach liegen, anstatt aktiv zu werden und uns zusammenzuschließen. Ein besonderes Augenmerk ist nun vor allem auf den Süden Deutschlands zu richten, damit die Betriebe dort nicht noch weiter von der Milchpreisentwicklung abgehängt werden.“

Der Fokus muss nun sein, die Verhandlungsposition der Milchbäuerinnen und -bauern zu stärken! „Bauern haben Übung, Kostensteigerungen ‚wegzusparen‘. Doch wie wäre es, wenn sie ihre Talente in der Vermarktung und Bündelung entdecken und ausbauen. Die MEG Milch Board unterstützt sie dabei.“