

Positionspapier des Agrarausschusses im Landjugendverband Schleswig- Holstein e.V. zur Entwicklung auf dem Milchmarkt

Als unternehmerisch denkende junge Landwirte begrüßen wir den für 2015 beschlossenen Wegfall der Milchquotenregelung in der europäischen Union. Die staatliche Regulierung des Milchmarktes in den letzten Jahren hat die Chancen wachstumswilliger Betriebe eingeschränkt. Durch den Wegfall der Milchquotenregelung werden die Möglichkeiten für betriebliches Wachstum deutlich erweitert. Insgesamt begünstigen die Veränderungen am Milchmarkt die guten Unternehmer.

Durch die schrittweise Absenkung des Interventionspreises und die Reduzierung der Vermarktungsbeihilfen befürchten wir deutlich stärkere Schwankungen des Milchpreises. Dadurch steigt das unternehmerische Risiko für milchviehhaltende Betriebe.

Der beschlossene Wegfall der Milchquotenregelung und die Absenkung des Interventionspreises werden nach unseren Erwartungen schon bis 2015 zu einem verstärkten Strukturwandel führen. Dieser wird sich sicher nicht immer sozial verträglich im Rahmen des Generationswechsels bzw. der geplanten Betriebsaufgabe vollziehen. Damit der rasante Strukturwandel gedämpft werden kann rufen wir alle Landwirte auf, sich schon jetzt mit den veränderten Rahmenbedingungen ab 2015 auseinander zu setzen und ihre betrieblichen Entscheidungen danach auszurichten. D.h. auch Landwirte müssen Marketingstrategien entwickeln, um zukünftig ihre Milch abzusetzen.

Ein häufig prognostiziertes starkes Ansteigen der Milchproduktion nach dem Wegfall der Quotenregelung erwarten wir nicht. Denn große Wachstumsschritte erfordern eine ausreichende Verfügbarkeit der anderen Produktionsfaktoren.

Auch von den Molkereien erwarten wir eine Anpassung an die veränderte Situation auf dem Milchmarkt. Gerade die genossenschaftlichen Molkereien müssen flexibler in ihren Entscheidungen und effizienter in der Produktion und Vermarktung werden. Wir appellieren daher an unsere Berufskollegen, in den Generalversammlungen hierfür die Weichen zu stellen.

Für eine bessere Verhandlungsposition gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel und den Discountern fordern wir die Molkereien auf, ihre Vermarktung effizienter zu gestalten.

Trotz der starken Veränderungen auf dem Milchmarkt wünschen wir uns langfristige Perspektiven für den erweiterten Familienbetrieb. Denn eine ausschließlich auf Wachstum ausgerichtete Milchproduktion wird in vielen Regionen Deutschlands und Europas zu starken Veränderungen der Strukturen im ländlichen Raum führen. Diese halten wir im Interesse der Pflege und Erhaltung unserer Kulturlandschaft sowie der Lebens- und Arbeitssituation in den Dörfern für gesellschaftlich nicht wünschenswert. Dies wird bei einem freien Milchmarkt, den wir aus unternehmerischer Sicht für absolut sinnvoll halten, regional nicht überall vermeidbar sein. In den Regionen, aus denen die landwirtschaftliche Produktion abwandert, muss rechtzeitig darüber nachgedacht werden, wie die Pflege der Kulturlandschaft gewährleistet werden kann. Denn nur auf diese Weise können die gesellschaftlichen Leistungen der Landwirtschaft honoriert werden. Außerdem müssen sowohl unsere Berufskollegen, wie Molkereien und der Lebensmitteleinzelhandel die Potentiale der regionalen Vermarktung von Milch und Milchprodukten besser nutzen. Denn unabhängig von der Erhaltung einer weitgehend flächendeckenden Produktion halten wir dies bei steigenden Energie- und Transportkosten aus ökologischer Sicht für sinnvoll.