

Mehlhose, Clara; Knöpfel, Tim; Brümmner, Bernhard; Spiller, Achim; Busch, Gesa

Article

Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse 2020

German Journal of Agricultural Economics (GJAE)

Provided in Cooperation with:

Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. (GEWISOLA)

Suggested Citation: Mehlhose, Clara; Knöpfel, Tim; Brümmner, Bernhard; Spiller, Achim; Busch, Gesa (2021) : Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse 2020, German Journal of Agricultural Economics (GJAE), ISSN 2191-4028, Deutscher Fachverlag, Frankfurt a. M., Vol. 70, Iss. Supplement (2021), pp. 23-46,
<https://doi.org/10.30430/70.2021.5.23-46>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/305114>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse 2020

Clara Mehlhose, Tim Knöpfel, Bernhard Brümmer, Achim Spiller und Gesa Busch
Georg-August-Universität Göttingen

1 Einleitung

Die Entwicklung auf dem Markt für Milch und Milchprodukte war im vergangenen Jahr stark durch das dominierende Ereignis, die Corona-Pandemie, beeinflusst. Dabei zeigte sich das Marktgeschehen zunächst noch recht stabil, obwohl es in der von großen Unsicherheiten geprägten ersten Jahreshälfte durch Grenzsicherungen und weiteren Problemen in der Logistik zu Verzögerungen in der Lieferkette kam. Deutlich bemerkbar machte sich im weiteren Verlauf jedoch das veränderte Verbraucherverhalten. Durch die Corona-Pandemie hat sich 2020 der Konsum von Milchprodukten und Lebensmitteln insgesamt in Deutschland verändert. Zur Eindämmung der Verbreitung des neuartigen Virus SARS-CoV-2 kam es zeitweise zu starken Einschränkungen des öffentlichen Lebens mit Schließungen von Restaurants, Hotels, Schulen, Universitäten und kulturellen Einrichtungen sowie verstärkter Heim- und Kurzarbeit. Als Konsequenz ging der Absatz von Mahlzeiten im Außer-Haus-Markt zurück. Umgekehrt stieg der Lebensmittelbedarf der Haushalte an. Nahezu alle Milchprodukte wurden dort deutlich mehr nachgefragt, die Absätze von Trinkmilch, Sahne, Joghurt, Quark, Käse in Selbstbedienung, Butter und Mischstreichfetten sind 2020 durchweg merklich höher ausgefallen als im Vorjahr. Zu Beginn der Pandemie und im Vorfeld des ersten Lockdowns ab Mitte März kam es darüber hinaus zu Hamsterkäufen vorwiegend von haltbaren Molkereiprodukten, wie z.B. H-Milch (ZBM, 2020; AMI, 2020). Ähnliche Erfahrungen waren auf der globalen Ebene in allen Ländern zu beobachten, in denen die Märkte für Milch und Milcherzeugnisse durch formale Erfassungssysteme geprägt sind. Nur in Ländern mit einem hohen Anteil von informellen Vermarktungswegen (z.B. Indien oder Bangladesch) waren diese Auswirkungen der Pandemie nicht zu beobachten.

Die schwächere Marktsituation im ersten Halbjahr führte zeitweise zu etwas niedrigeren Auszahlungspreisen in der EU, jedoch gab es regionale Unterschiede. Der durchschnittliche Milchpreis in Deutschland betrug 2020 33,1 Cent je kg Rohmilch (Fett 4 %, Eiweiß 3,4 %) und lag damit etwas unter dem Erzeugerpreis des Vorjahres. Die Faktorkosten blieben weitgehend konstant (BLE, 2021a).

Gerade in Deutschland kam es in der zweiten Jahreshälfte im Umfeld einer als wenig zufriedenstellend empfundenen Preisentwicklung bei Milch und anderen Agrarprodukten, wie Schweinefleisch, zu etlichen Demonstrationen durch landwirtschaftliche Interessengruppen, die auch medial breit wahrgenommen wurden. Verstärkt wurde die Bereitschaft zu solch publikumswirksamen Aktionen, wie der Blockade von Logistikzentren des Lebensmitteleinzelhandels, auch durch die agrarpolitischen Entwicklungen, die auf EU-Ebene von schleppenden Verhandlungen im Trilog zwischen EU-Parlament, Ministerrat und Kommission über die zukünftige Ausgestaltung der Agrarpolitik und auf deutscher Ebene durch fortgesetzte Diskussionen um die EU-konforme Verschärfung der Düngerrichtlinien geprägt waren. Dennoch waren die teils heftigen Proteste einer großen Gruppe von Landwirten gegen die Preispolitik des Einzelhandels, z.T. aber auch gegen Molkereien, in ihrer Stärke nicht mit den Vorjahren vergleichbar; auch die Organisation jenseits der etablierten berufsständischen Vertretungen war ein neues Element. Die Gründe für diese neuen Formen der Proteste sind wohl auf das Zusammenspiel mehrerer Faktoren zurückzuführen.

Neben der latent vorhandenen Preisunzufriedenheit, die auch durch das Ausbleiben von spürbaren Hochpreisphasen über die letzten Jahre hinweg zugenommen hat, wird gleichzeitig ein zunehmender Kostendruck in der Landwirtschaft wahrgenommen. Dieser rührt zum Teil aus allgemeinen wirtschaftlichen Faktoren wie der Lohnentwicklung her, verstärkt sich aber durch agrarspezifische Ursachen. Das hohe Niveau der Pacht- und Kaufpreise für landwirtschaftliche Flächen ist dabei gerade für Betriebe in der Phase nach Wachstumsschritten, die meist hohe Pachtanteile oder Belastungen durch kreditfinanzierte Flächenkäufe aufweisen, deutlich zu spüren. Auch die Novellierung der Düngeverordnung und deren Umsetzung auf Ebene der einzelnen Bundesländer wird als Kostentreiber eingeschätzt. Dabei ist insbesondere die Ausweisung der „Roten Gebiete“ mit den damit einhergehenden pauschalen Verminderungen im zulässigen Düngereinsatz in der Landwirtschaft kaum akzeptiert. Bemerkenswert ist, dass diese Unzufriedenheit in der Breite der Landwirtschaft zu verzeichnen ist; bei vielen der Protestaktionen war eine Solidarisierung über

die Teilsektoren der Landwirtschaft hinweg zu beobachten.

Neben diese agrarspezifischen Faktoren tritt eine generelle Unzufriedenheit in der Landwirtschaft mit der Wahrnehmung der landwirtschaftlichen Produktion in der Gesellschaft. Wenn auch nicht so ausgeprägt wie in den USA, so wird doch auch für Deutschland eine zunehmende Stadt-Land-Entfremdung befürchtet. Auch werden die in der Nachhaltigkeitstransformation dominierenden Themen (Umwelt-, Biodiversitäts- und Klimaschutz, Tierwohl etc.) zwar in ihrer Wichtigkeit in der Landwirtschaft anerkannt, ihre Umsetzung in konkrete Politikmaßnahmen aber teilweise als Zwangsmaßnahmen mit geringer sachlicher Fundierung eingeschätzt („Rettet die Bienen“ in Bayern). Landwirtinnen und Landwirte fühlten sich teilweise überfordert und reagierten mit Reaktanz.

Schließlich ist die medienwirksame Inszenierung der Proteste durchaus bemerkenswert. Soziale Medien als Organisations- und Kommunikationsplattformen erweiterten die klassischen Strukturen landwirtschaftlicher Interessenvertretungen und haben neue Formen des Protests jenseits der etablierten Verbände erst möglich gemacht. Hier hat die Landwirtschaft vor allem von NGOs gelernt und damit ein breites Medienecho erzielt.

Konzeptionell-inhaltlich sind die Forderungen der protestierenden Landwirte wenig überzeugend (siehe dazu auch SPILLER und BUSCH, 2020). Forderungen nach einem fairen Preis verkennen die erhebliche Heterogenität innerhalb der Milcherzeuger und würden im Kern auf eine Reaktivierung der EU-Quotenlösung hinauslaufen. Ideen wie ein „Deutschlandbonus“ des Handels für heimische Erzeugnisse sind protektionistisch, wenn sie nicht deutlich machen, wo denn die höheren Nachhaltigkeitsanforderungen an deutsche Milcherzeuger etwa im Vergleich zu anderen EU-Ländern, wie den Niederlanden oder Irland, liegen sollen.

2 Entwicklungslinien in der Wertschöpfungskette für Milchprodukte in Deutschland

2.1 Konsumenten

Die Verbraucherpreise erhöhten sich im Jahr 2020 insgesamt um 0,5 % im Vergleich zum Vorjahr. Das ist die niedrigste Jahresteuerrate seit mehr als zehn Jahren - eine niedrigere Rate wurde zuletzt 2009 während der Wirtschafts- und Finanzkrise ermittelt

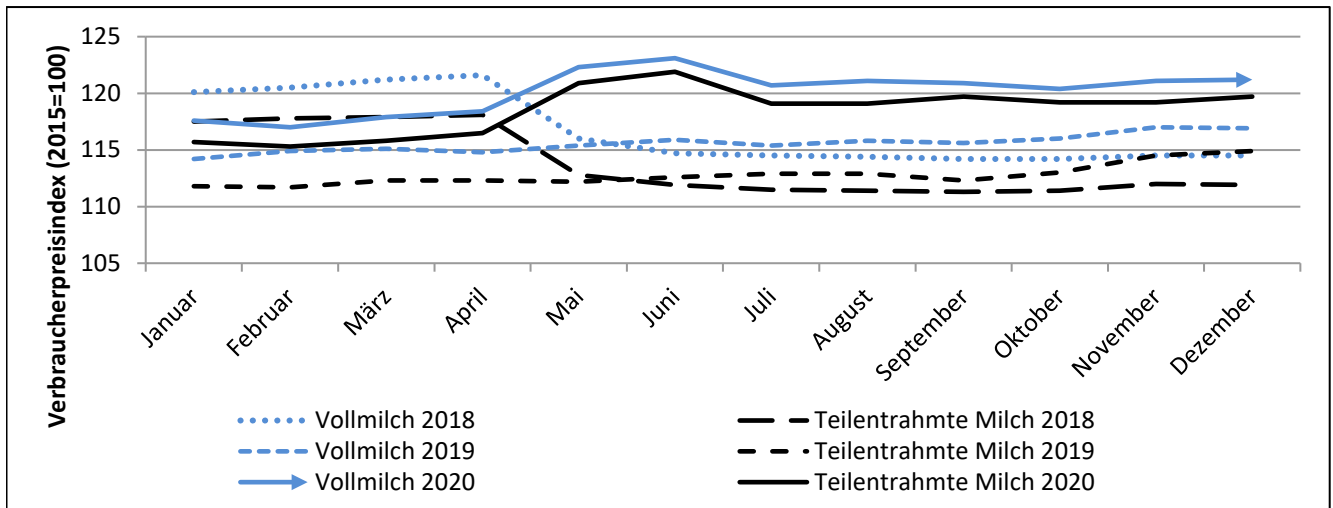
(DESTATIS, 2021d). Ein Grund war die vorübergehende Senkung der Mehrwertsteuersätze. Diese Konjunkturstütze wurde zum 1. Juli 2020 umgesetzt, um die Auswirkungen der Corona-Pandemie abzumildern.

Die Verbraucherpreise für Nahrungsmittel erhöhten sich im Vergleich zu 2019 hingegen deutlich um 2,4 %, dies wurde jedoch im Laufe des Jahres durch die Senkung der Mehrwertsteuer abgeschwächt. In einzelnen Segmenten haben die Preise allerdings deutlicher angezogen, und vor allem Obst (+7,1 %) sowie Fleisch und Fleischwaren (+6,1 %) wurden teurer. Günstiger sind hingegen Speiseöle und Speisefette (-4,1 %) geworden. Die Preise für Molkereiprodukte und Eier sind im Vergleich zum Vorjahr um knapp ein Prozent gestiegen und damit vergleichsweise stabil geblieben (DESTATIS, 2021c).

Bei den einzelnen Milchprodukten waren die Preisentwicklungen teilweise sehr unterschiedlich. Insbesondere im Jahresverlauf bzw. zu Beginn der Pandemie wurden größere Schwankungen festgestellt, die sich im Laufe des Jahres aber zumeist wieder stabilisierten. Die Verbraucherpreise im Vergleich zum Vorjahr stiegen für Vollmilch und teilentrahmte Milch um 4,5 % bzw. 5,7 % (siehe Abbildung 1), für Quark um 2,1 % an (siehe Abbildung 2). Bei den Verbraucherpreisen von Joghurt zeigte sich ein leichter Rückgang von knapp 1 % (siehe Abbildung 2). Einen deutlichen Rückgang verzeichneten die Butterpreise (-10 %; siehe Abbildung 2). Bei Produkten der Gelben Linie (siehe Abbildung 3) sind im Vergleich zum Vorjahr nur leichte Veränderungen zu verzeichnen. Die Verbraucherpreise für Hartkäse sanken um 1 %, bei Schnitt- und Weichkäse blieben sie mit einer Veränderung von +0,3 % nahezu konstant. Bei Frischkäse zeigte sich mit -1,6 % der größte Unterschied zum Vorjahr (DESTATIS, 2021c).

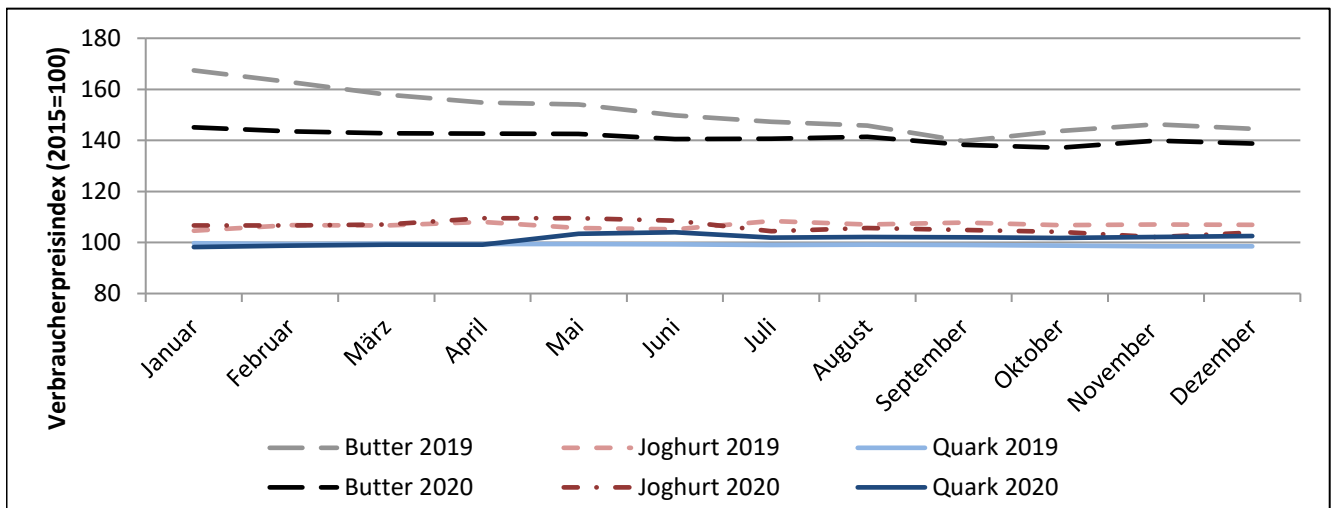
Die Pandemie wirkte sich auch auf die Einkaufsmengen der Verbraucher*innen im Lebensmittelhandel aus: Butter wurde in den ersten zehn Monaten des Jahres um 7,0 % mehr abverkauft als im Vorjahreszeitraum. Der Absatz von Mischstreichfetten stieg sogar noch stärker (9,1 %). Auch bei Käse war im LEH eine deutliche Zunahme der Nachfrage zu erkennen. Laut Nielsen Handelspanel legte der Absatz von Käse insgesamt um 7,1 % zu (ZMB, 2020). Während der Käse-Absatz in Selbstbedienung wesentlich stärker stieg als im Vorjahr (+8,4 %), ging der Absatz über die Käsetheke deutlich zurück. Diese Entwicklung ist wohl damit zu erklären, dass die Konsument*innen aus hygienischen Gründen den SB-Bereich der Theke vorgezogen haben, um mehr Abstand wahren zu können und Zeit zu sparen. Insgesamt

Abbildung 1. Verbraucherpreisindex für Vollmilch und teilentrahmte Milch im Vergleich der Jahre 2018-2020



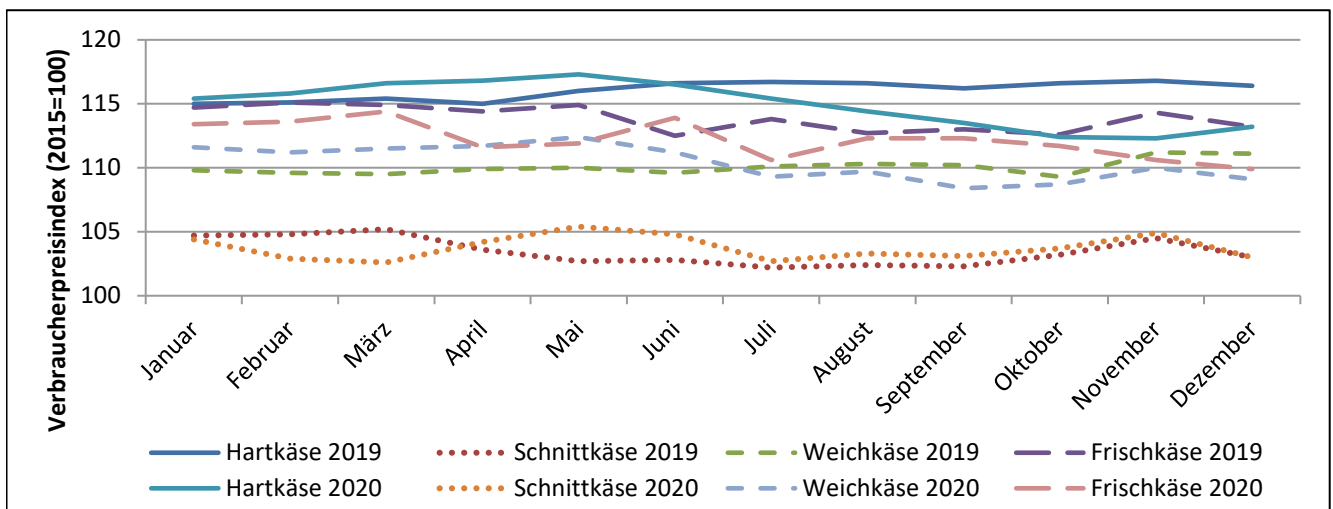
Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an DESTATIS (2021c)

Abbildung 2. Verbraucherpreisindex für Joghurt, Quark und Butter im Vergleich der Jahre 2019 und 2020



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an DESTATIS (2021c)

Abbildung 3. Verbraucherpreisindex für Hart-, Schnitt-, Weich- und Frischkäse im Vergleich der Jahre 2019 und 2020



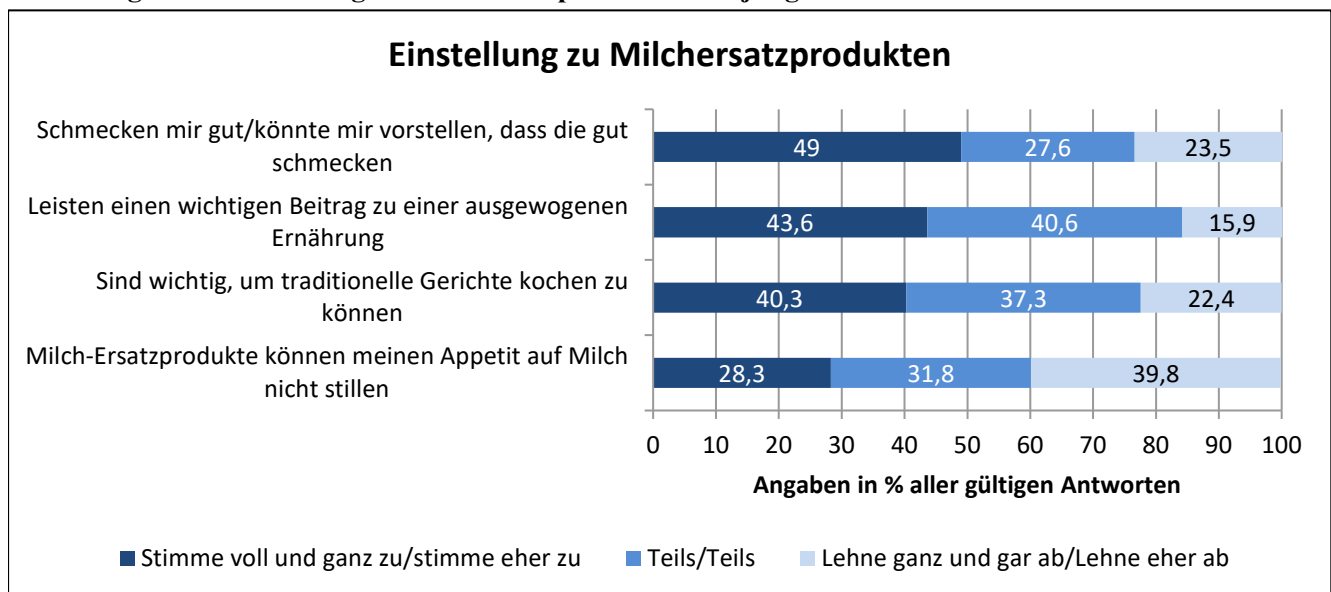
Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an DESTATIS (2021c)

betrachtet weichen diese Entwicklungen vom langjährigen Trend merklich ab. Betrachtet man die Nachfrage nach Konsummilch, so stoppte die Corona-Pandemie deren langjährigen Rückgang im Lebensmittel-einzelhandel (ZMB, 2020).

Weiterhin im Trend liegen natürliche, hochwertige Produkte mit wenig Zucker, viel Eiweiß und/oder sonstigen Zusatznutzen (laktosefrei, glutenfrei, fettarm). Bei Proteinprodukten beispielsweise nahm im vergangenen Jahr die Zahl der Käuferhaushalte sowie die gekaufte Menge pro Haushalt jeweils um mehr als 20 % zu (TOP AGRAR, 2020b). Ein Trend sind weiterhin Milchprodukte im Mehrwegglas (MILCH-MARKETING, 2020b).

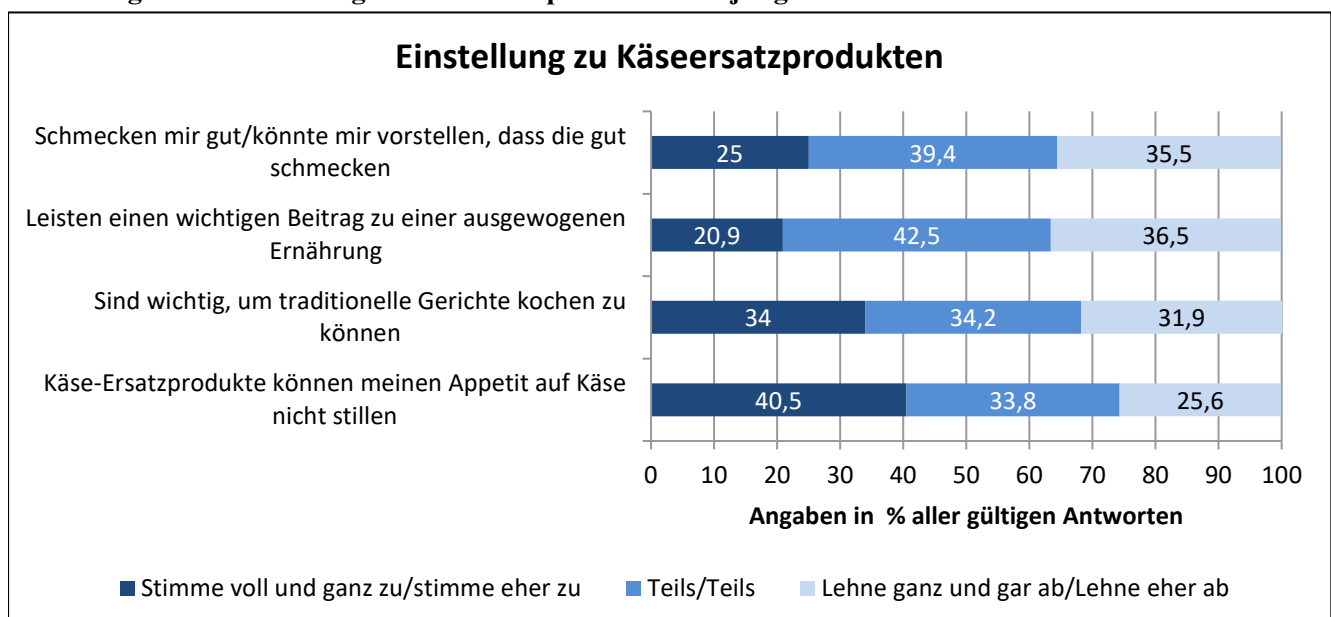
Vor dem Hintergrund des sich verändernden Konsumverhaltens ist auch die Entwicklung der pflanzlichen Milchalternativen zu betrachten. Laut der „Future Cow“-Studie der GfK reduzieren bereits 18 % der Haushalte in Deutschland ihren Milchkonsum bewusst. Im Vergleich zu Fleisch (39 % der Haushalte) sind dies zwar nur halb so viele, jedoch wird in knapp 30 % der Haushalte noch Potenzial zur Milchreduktion gesehen, sodass sich nach Prognosen der GfK der Anteil der Milchreduzierer*innen auf knapp 30 % erhöhen könnte (GfK, 2020a). Dass es sich bei den Alternativprodukten auch nicht mehr ausschließlich um Trend- bzw. Nischenprodukte handelt, zeigt sich auch daran, dass inzwischen nicht

Abbildung 4.1. Einstellung zu Milchersatzprodukten bei jungen Erwachsenen in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an SPILLER et al. (2021)

Abbildung 4.2. Einstellung zu Käseersatzprodukten bei jungen Erwachsenen in Deutschland



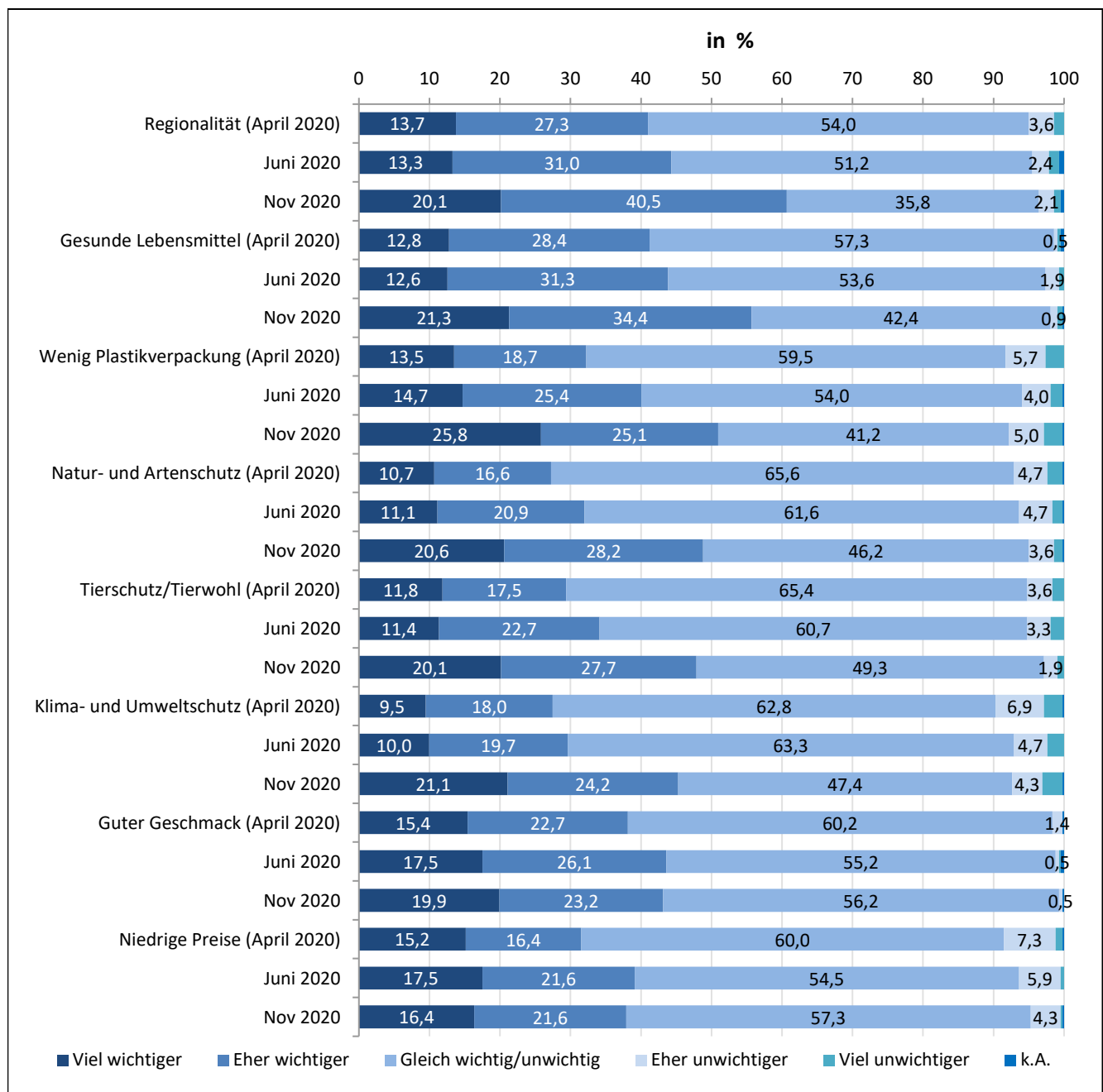
Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an SPILLER et al. (2021)

mehr wie anfangs Sojaprodukte die Wachstumstreiber sind, sondern zunehmend regionale Produkte und Erzeugnisse aus regionalem Getreide(-anbau) gefragt sind (ebenda). Eine aktuelle Verbraucherbefragung der Universität Göttingen (SPILLER et al., 2021) zeigt zudem, dass die Einstellungen gegenüber Milcherzeugnissen wesentlich positiver sind als gegenüber Käsesubstituten. Bei Letzteren ist geschmacklich noch erhebliche Entwicklungsarbeit notwendig (siehe Abbildung 4.1 und 4.2).

Die Corona-Pandemie hat bewirkt, dass sich die Wichtigkeit verschiedener Aspekte beim Lebensmit-

telkauf verändert. Eine Studie der Universität Göttingen untersuchte in drei Befragungen, welche Aspekte beim Lebensmitteleinkauf im Jahresverlauf 2020 wichtiger bzw. unwichtiger geworden sind (BUSCH et al., 2021). Regionalität und gesunde Lebensmittel sind für viele Menschen durch die Pandemie wichtiger geworden und dies blieb im Verlauf 2020 stabil (BUSCH et al., 2020a, b, 2021). Im November wurde der gute Geschmack von Platz 3 (Juni 2020) auf Platz 10 (im November 2020) verdrängt. Andere Aspekte, wie Natur- und Artenschutz, Tierschutz, die Arbeitsbedingungen in der Landwirtschaft oder der Klima-

Abbildung 5. Veränderung der Wichtigkeit verschiedener Aspekte beim Lebensmittelkauf im Zuge der Corona-Pandemie



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an BUSCH et al. (2021)

und Umweltschutz, rangierten dafür jetzt weiter oben und waren für einen größeren Anteil der Befragten wichtiger geworden. Auch waren im Vergleich zur Befragung im Juni 2020 fast alle abgefragten Aspekte für mehr Menschen wichtiger geworden. Den größten Zuwachs verzeichnete hierbei der Aspekt Arbeitsbedingungen bei der Herstellung von Lebensmitteln (+19,4 %), gefolgt von Natur- und Artenschutz (16,8 %), Regionalität (16,4 %) und Klima- und Umweltschutz (15,6 %). Die Aspekte niedrige Preise (-1,2 %) und guter Geschmack (-0,5 %) waren hingegen für etwas weniger Menschen wichtiger (siehe Abbildung 5). Nachhaltigkeit hat durch die Krise an Bedeutung eher gewonnen.

Trotz Pandemie stieg der Anteil der Haushalte, die angeben, dass sie sich fast alles leisten können, 2020 im Vergleich zu 2019 noch einmal um 0,8 %, sodass inzwischen 43 % aller Haushalte sich nach eigener Einschätzung bei ihrem Einkauf mehr an der Qualität als am Preis orientieren (GfK, 2020b).

Eine interessante Entwicklung zeigte sich außerdem beim Kauf von Markenprodukten: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gaben deutsche Haushalte zwischen Januar und November 2020 im Durchschnitt 10 % mehr für Herstellermarken aus, für Handelsmarken dagegen „nur“ 8 % (GfK, 2020b). Diese Entwicklung ist sowohl bei den preissensitiven als auch bei den qualitätsorientierten Einkäufer*innen zu beobachten. Bei der Gruppe der Preissensitiven ist das Wachstum der Herstellermarken sogar größer als bei denen, die sich alles leisten können. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass die Menschen es sich zuhause gut gehen lassen wollen und ihnen durch den Wegfall des Außer-Haus-Konsums, aber auch von Fernreisen, mehr Geld zur Verfügung steht – sofern die Einkommenssituation nicht durch die Pandemie beeinträchtigt ist. Auch das Qualitätsversprechen von Herstellermarken könnte hier eine Rolle spielen (GfK, 2020b).

2.2 Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Der deutsche Lebensmittelhandel konnte seine Umsatzzuwächse der letzten Jahre auch 2019 fortsetzen und erreichte mit einem Anstieg von knapp 2 % einen Gesamtumsatz von 252,7 Mrd. Euro. Der Umsatz alleine mit Lebensmitteln stieg um 2,1 % von 205,7 Mrd. Euro (2018) auf 210 Mrd. Euro an. Marktführer war auch 2019 wieder Edeka mit einem Marktanteil von 24,5 %, gefolgt von Rewe mit einem Anteil am Gesamtmarkt von 17,7 %. Dabei schritt die Konzentration weiter voran und die Top 4 (Edeka, Rewe, Schwarz-Gruppe, Aldi) machten inzwischen mehr als

70 % des Geschäfts im Lebensmittelhandel aus (MILCH-MARKETING, 2020a; LEBENSMITTEL PRAXIS, 2020). Das Bundeskartellamt hat gleichwohl grünes Licht für die Übernahme von bis zu 92 Real-Märkten durch Kaufland (Schwarz-Gruppe) gegeben. Auch Globus und Edeka werden voraussichtlich einige Filialen übernehmen.

2020 erhöhte sich der Jahresumsatz des LEH im Vergleich zu 2019 Corona-getrieben um mehr als 11 %, 2020 war daher sicherlich eines der besten Jahre des deutschen Lebensmittelhandels (GfK, 2020c). Dabei lagen die Vollsortimenter in der Gunst der Konsument*innen wieder ganz vorne. Sie erzielten rund 16,7 % Mehrumsatz im Vergleich zum Vorjahr und erreichten damit die größte Steigerung im Vergleich aller Vertriebslinien. In der Krise konnten sie zusätzlich von ihrer Sortimentsbreite und -tiefe profitieren, da die Menschen pandemiebedingt ihre Einkäufe in möglichst wenigen Geschäften erledigten (GfK, 2020b). Im Vergleich dazu nahm der Umsatz der Discounter „nur“ um knapp 9 % zu (GfK, 2020c). Vereinzelte Versuche der Discounter, ihr Eigenmarkenangebot zu stärken, führten nicht dazu, das Gesamtkonzept der Vollsortimenter auch für die Discounter zu erschließen. Beispielsweise brachte Penny als erster Discounter eine rein pflanzliche Eigenmarke heraus (MILCH-MARKETING, 2020j).

Der Bio-Markt wuchs 2020 auf insgesamt 14,99 Mrd. Euro Jahresumsatz (2019: 12,26 Mrd. Euro) an und damit um 22 % im Vergleich zum Vorjahr. Damit legte der Markt mit Biolebensmitteln doppelt so stark zu wie der Lebensmittelmarkt insgesamt, und der Bio-Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt erhöhte sich auf 6,4 %. Biolebensmittel legten an allen Verkaufsstätten zu, besonders boomten jedoch sonstige Geschäfte, d.h. Hofläden, der Online-Handel (inkl. Lieferdienste), Wochenmärkte, Bäckereien und Metzgereien sowie Reform-Häuser etc. Diese verzeichneten mit einem Plus von 35 % den höchsten Umsatzzuwachs. Hierbei boomten insbesondere die Direkt- und Onlinevermarktung, Bio-Abokisten beispielsweise mussten bereits beim ersten Lockdown ihre Kapazitäten stark aufstocken, um die Nachfrage bedienen zu können. Der LEH konnte seine Umsätze mit Bio-Lebensmitteln und Getränken um 22 % steigern. Mit insgesamt 9,05 Mrd. Euro hielt der LEH 2020 damit einen Anteil am Bio-Markt von 60 %. Den größten Anteil an der Gesamtverkaufsmenge erzielten dabei Eier (15,4 %), Mehl (14,2 %) und Konsummilch (11 %) in Bioqualität. Die Bio-Produkte mit den größten Wachstumsraten waren 2020 Bio-Geflügel und

andere Fleischsorten. Bio-Mehl war nicht nur durch die anfänglichen Hamsterkäufe, sondern das ganze Jahr über stärker gefragt als sonst. Auch der Verkauf von Bio-Pflanzendrinks ist erneut um mehr als 50 % gestiegen (BÖLW, 2021).

Zu Beginn der Pandemie im Jahr 2020 waren leere Regale bei einzelnen Produkten im Supermarkt keine Seltenheit. Inzwischen kommt dies jedoch kaum noch vor, entsprechend sank auch die Angst der Verbraucher*innen vor erwarteten Knappheiten bei Lebensmitteln. Im April 2020 hielten beispielsweise noch über 1/3 der Befragten Knappheiten bei Grundnahrungsmitteln, saisonalem Gemüse oder exotischem Obst für wahrscheinlich. Bis November ist dieser Anteil deutlich gesunken. Im Vergleich dazu wurde eine Knappheit bei Milchprodukten von einem Großteil der Befragten bereits im April als unwahrscheinlich angesehen, aber auch hier erhöhte sich dieser Anteil im November nochmals (BUSCH et al., 2020 a, b; 2021).

Insgesamt haben auch die Molkereiprodukte im vergangenen Jahr deutlich profitiert. Sowohl die Weiße als auch die Gelbe Linie verzeichneten ein Umsatzplus von 10 % (GfK, 2020c). Die Trend-Produkte blieben dabei wie auch im Vorjahr die Umsatztreiber: Die Umsätze für pflanzliche Produkte (+47,8 %), Protein-Produkte (+44,1 %) sowie Bio-Produkte (+20,5 %) entwickelten sich deutlich überproportional (GfK, 2020c). Der Umsatz von H-Milch stieg um 14,4 %, während frische Konsummilch einen Anstieg von 7,4 % verzeichnete (ebenda). Produkte mit Zusatznutzen wie Bio-Milch und Weidemilch sind dabei überdurchschnittlich stark gewachsen, die Nachfrage nach ökologisch produzierter Konsummilch hat sich im Vergleich zu den Vorjahren noch verstärkt (ZMB, 2020). Allein im Vergleich der Zeiträume Juli 2018/Juni 2019 zu Juli 2019/Juni 2020 stieg der Umsatz im Segment Heu- und Weidemilch um 7,5 %, dabei nahm die abgesetzte Menge dieser beiden Segmente um 4 % zu – bei gleichzeitig gestiegenen Preisen im Handel (TOP AGRAR, 2020b). Der Anteil von Bio-Trinkmilch am Konsummilchabsatz insgesamt lag in den ersten zehn Monaten 2020 bei 11,5 %. 2018 hatte er noch bei rund 9 % gelegen. Weitere 4 % entfielen auf Weidemilch (ZMB, 2020). Der Anteil pflanzlicher Milchalternativen am gesamten Trinkmilchsegment beträgt bisher „nur“ 4 %, weist aber wesentlich höhere Wachstumsraten als Konsummilch auf (TOP AGRAR, 2020a). In der Kategorie Joghurt sank der Umsatz von Fruchtjoghurt weiter (-1,2 %), dafür

stiegen die Umsätze von Naturjoghurt (+5,9 %) sowie von Griechischem Joghurt (+13,2 %) (MILCH-MARKETING, 2020b). Interessant ist außerdem, dass gekühlte Desserts sich als deutliche Wachstumstreiber innerhalb der Weißen Linie herausstellten, dabei sind Spezialitäten (Tiramisu etc.) und Proteinprodukte, aber auch Premium-Desserts sehr beliebt. Angesichts der Pandemie wollte zumindest ein Teil der Konsument*innen öfter schlemmen (MILCH-MARKETING, 2020f).

Bei den Produkten der Gelben Linie zeigten sich folgende Entwicklungen: Produkte zur warmen Verwendung, wie z.B. Back-, Grill- und Ofenkäse wiesen weiterhin ein überdurchschnittliches Umsatzplus von 22,7 % im Vergleich zum Vorjahr auf. Aber auch geriebener Hart-/Schnittkäse (+20,9 %) und Feta (+16,5 %) entwickelten sich weiter positiv. Im Frischkäsesegment wuchs nur Mozzarella überdurchschnittlich stark (+13,1 %) (GfK, 2020c).

2.3 Molkereien

Global gesehen ist die Molkereibranche weiterhin ein Wachstumssegment. In 2019 erhöhten sich die Gesamterlöse im Vergleich zu 2018 um 6,5 % auf 188,9 Mrd. Euro (1,3 % in Dollar durch Wechselkurseffekte). Im Rabobank Molkerei-Ranking von 2019 führen weiterhin Nestlé und Lactalis die Liste an, die US-Genossenschaft Dairy Farmers of America (DFA) verbesserte sich durch die Übernahme des Unternehmens Dean Food auf Platz 3. Es sind weiterhin zwei deutsche Molkereien unter den Top 20: DMK rückte vom 13. Platz auf den 11. Platz vor (Umsatz: 5,8 Mrd. Euro) und Müller verteidigte den 20. Platz (4,4 Mrd. Euro) (RABOBANK, 2020). Deutsche Milchverarbeitungsunternehmen setzten 2019 knapp 28 Mrd. Euro um. Das deutsche Umsatzranking der Molkereien wurde 2019 erneut von DMK angeführt, darauf folgten Arla Foods und die Ammerland Molkerei (DBV, 2020). Die Zahl der globalen Unternehmensfusionen/-übernahmen in 2019 erhöhte sich um 3 auf 115. Davon fanden allein 64 in Europa statt. Im ersten Halbjahr 2020 fanden bisher aufgrund der Corona-Krise nur 52 Übernahmen statt. Dafür wird erwartet, dass sich 2021 das Umfeld für Fusionen und Übernahmen wieder deutlich verbessert. Es wird für 2021 außerdem ein unterdurchschnittliches Wachstum der Milchproduktion in den Exportländern erwartet, damit höheren Erzeugerpreisen durch strengere Umweltanforderungen sowie einer coronabedingten weltweiten Rezession gerechnet wird (RABOBANK, 2020).

2020 wurden in Deutschland insgesamt voraussichtlich 32,57 Mio. t Milch an die Molkereien angeliefert. Das ist circa 0,1 % mehr als im Vorjahr. Seit 2018 stagniert das Milchaufkommen in Deutschland damit weitgehend (ZMB, 2020). Der Bio-Milchanteil ist 2020 weiter gewachsen, bis November 2020 stieg das Bio-Milchaufkommen um 4,2 %. Der Anteil von Bio-Milch am Gesamtmilchaufkommen ist damit leicht von 3,8 auf 3,9 % gestiegen; das Wachstum hat sich gegenüber den Vorjahren etwas verlangsamt (ZMB 2020, BLE, 2021e).

Die Produktion der einzelnen Produktgruppen entwickelte sich unterschiedlich: In den letzten Jahren hatte die Produktion von Konsummilch kontinuierlich abgenommen, diese Entwicklung wurde 2020 gestoppt, die Produktion stieg um 1,0 % an. Dies lag sicherlich auch daran, dass die Nachfrage während der Corona-Pandemie teilweise deutlich angestiegen war. Die Produktion von Milch- und Molkenmischerzeugnissen bzw. -getränken insgesamt ist aber wie auch im Vorjahr gesunken (-1,3 %). Wie auch schon im Vorjahr wurden mehr Joghurt (+1,8 %) sowie Kefir bzw. Sauermilcherzeugnisse (+2,7 %) produziert. Trockenmilcherzeugnisse insgesamt wurden etwas mehr hergestellt (+2,3 %), hier zeigte sich im Vergleich zum Vorjahr also eine gegensätzliche Tendenz. Auch der Käsemarkt wuchs in 2020 mit einem Produktionsanstieg von +2,4 % (Vorjahr: +1,9 %) nochmals stärker als in den Vorjahren. Besonders starke Anstiege konnten dabei Weichkäse (+9,9 %) und Pasta Filata (+5,9 %) verzeichnen. Die Butterproduktion stieg leicht an (+1,9 %), die Produktion von Mischfetten wurde jedoch enorm ausgeweitet und verzeichnete einen Anstieg von +71,5 % (BLE, 2020c). Die Herstellung von Produkten aus ökologischer Milch nahm in allen Bereichen zu: Es wurde 14,3 % mehr Bio-Konsummilch, 7,1 % mehr Bio-Butter (im Vorjahr -10,9 %) und 15,4 % mehr Bio-Käse hergestellt (BLE, 2020d).

Die Milchindustrie setzte auch 2020 weiterhin zunehmend auf Produktdifferenzierungen und Nischenvarianten, um die Wertschöpfung zu verbessern. So fanden sich kreative Differenzierungen in Form einer Barista Milch von Weihenstephan, die durch einen hohen Eiweißgehalt besonders gut schäumt (MILCH-MARKETING, 2020c). Ebenfalls von Weihenstephan findet sich außerdem „die Sonnenmilch“ im Regal, eine mit Vitamin D angereicherte frische Milch (MILCH-MARKETING, 2020d). Wir berichteten außerdem letztes Jahr davon, dass sich aus den Ansprüchen der Verbraucher auch neue Formen der Vermarktung entwickeln können, beispielsweise in Form von Kon-

sumentenwunschprodukten wie „Dubisthierderchef.de“. Inzwischen ist die erste aus diesem Projekt hervorgegangene Konsummilch in den Supermärkten zu finden. Über 9.000 Verbraucher*innen haben darüber abgestimmt, welche Werte ihnen bei der Milch wichtig sind und wie diese vergütet werden sollen. Die Frischmilch wird von der Upländer Bauernmolkerei produziert (MILCH-MARKETING, 2020i). Zunehmend rückten aber auch die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz weiter in den Fokus der Differenzierungen. Arla Foods führte beispielsweise in Dänemark (wie bereits in Schweden) eine CO₂-neutrale Frischmilch ein. Erreicht wird dies über die Kompensation der Emissionen in verschiedenen Projekten. Eingeschlossen sind alle Schritte von der Kuh bis zum Verbraucher. Auch hierzulande fand eine erste „klimaneutrale“ Milch ihren Weg ins Regal: Die Molkerei Gropper lieferte als „klimaneutral“ zertifizierte Trinkmilch an Aldi Süd (LEBENSMITTEL ZEITUNG, 2020). Weitere Bestrebungen der Unternehmen liegen darin, ihre Verpackungen nachhaltiger zu gestalten, beispielsweise durch Tetrapacks aus Holz und Zuckerrohr.

Auch auf Unternehmensebene schreiten die Nachhaltigkeitsbemühungen weiter voran. So brachte beispielsweise Arla Foods ein europaweites Klima-Check-Programm auf den Weg. Bis 2030 sollen 30 % weniger CO₂^{eq}-Emissionen und bis 2050 Klimaneutralität erreicht werden. Es findet hohen Zuspruch bei den Landwirt*innen, da für die Teilnahme am Programm eine zusätzliche Vergütung von 1 Cent/kg Milch ausgezahlt wird. Die Landwirt*innen werden dabei unterstützt, Emissionsquellen auf ihren Höfen zu identifizieren und mit Hilfe von externer Beratung zu verbessern (DMW, 2020a). Auch weitere Unternehmen kündigten an, klimaneutral zu sein bzw. zu werden, so z.B. die Ehrmann GmbH (MILCH-MARKETING, 2021a).

Der Trend zu pflanzenbasierten Produkten wurde in 2020 von weiteren Molkereien aufgegriffen: Unter der Marke „Life is soyummy“ produziert die Elsdorfer Molkerei Joghurtalternativen auf Sojabasis (MILCH-MARKETING, 2020k). Die Privatmolkerei Bauer vermarktet unter seiner Dachmarke „Bauer“ einen Haferjoghurt und eine Käsealternative auf Olivenölbasis (MILCH-MARKETING, 2021b). Angesichts des oben bereits beschriebenen Konsumwandels und dem relativ hohen Anteil an (potenziellen) Kuhmilchreduzierer*innen zeichnen sich weitere Marktchancen für Molkereien ab, die mit ihrer Produktionstechnologie auch pflanzliche Substitute produzieren können. Ein politisches „Kampffeld“ und eine Herausforderung für

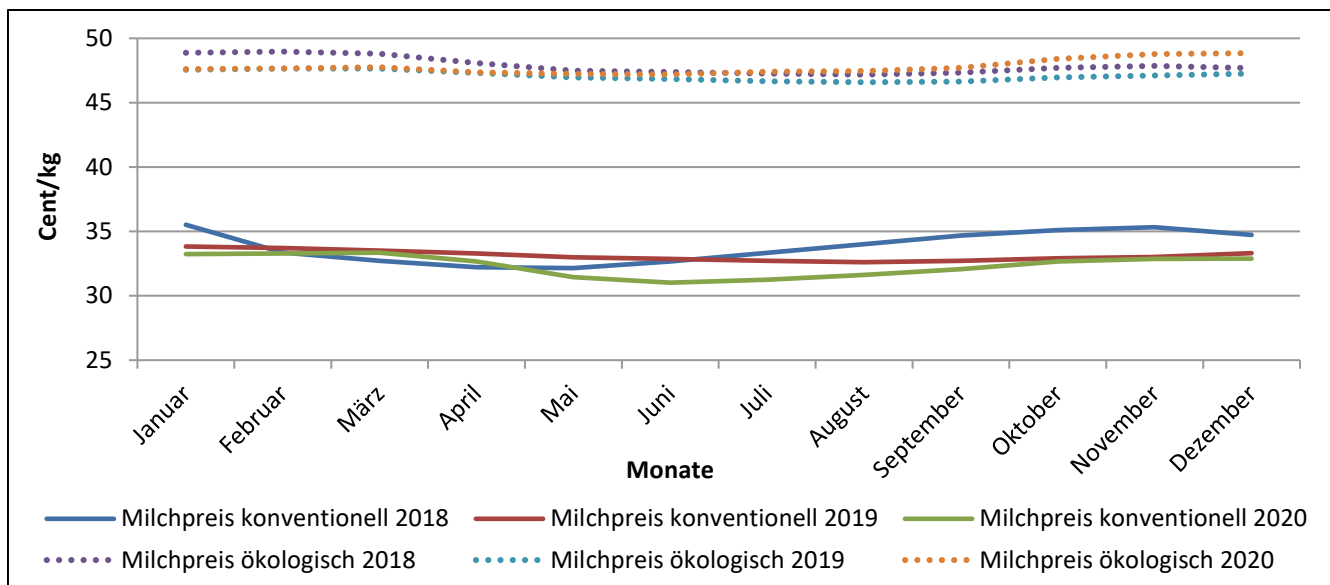
die Kreativität der Marketingabteilung bleibt die Bezeichnung der Produkte: Das EU-Parlament verschärfte in 2020 noch einmal die Begrifflichkeiten für Milchsubstitute. Das schon bestehende Verbot von Bezeichnungen, wie z.B. Sojamilch, wurde erweitert. Anders als bei Fleisch, wo es keine gesetzlichen Regelungen gibt, sollen über Anhang VII Teil III Nummer 5 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 alle Begriffe für und in Anlehnungen an Molkereiprodukte gegenüber vergleichbaren Produkten aus pflanzlichen Rohstoffen geschützt werden (z.B. durch Begriffe wie „à la“, „Typ“, „Verfahren“, „Fasson“, „Nachahmung“, „-geschmack“, „-ersatz“, „Art“ etc.). Ob dieser mit knapper Mehrheit gefasste Vorschlag des EU-Parlaments im Trilog im Frühjahr 2021 beschlossen wird, ist noch offen.

Ende 2019 hatte sich fast die gesamte deutsche Milchwirtschaft auf eine neue Sektorstrategie geeinigt, in welcher das Kernelement der Ausbau der Branchenkommunikation zur Verbesserung der Akzeptanz des Sektors war. Hierzu erfolgte im November 2020 eine Entscheidung. Zwar wurde der Anspruch, 80 % der verarbeitenden Milchhersteller*innen mit ins Boot zu holen, knapp verfehlt, die finanzielle Lücke wurde jedoch vom Bauernverband geschlossen. Das bedeutet, dass die gemeinsame Kommunikation starten kann, als Budget sind dafür 3-4 Mio. € vorgesehen (MILCH-MARKETING, 2020e).

2.4 Landwirtschaft

Abbildung 6 stellt die Entwicklung der Milchpreise für konventionell und ökologisch produzierte Milch in den Jahren 2018, 2019 und 2020 dar. Das Jahr 2020 startete in den ersten drei Monaten zunächst mit einem vorsichtig positiven Trend bei den Milcherzeugerpreisen, wenn auch bereits auf niedrigerem Niveau als im Vorjahr. Die Schwäche auf den Produktmärkten in Folge der Corona-Pandemie führte im weiteren Verlauf des Jahres jedoch zu sinkenden Preisen und erreichte in der Jahresmitte bei 31,0 Cent/kg ihren Tiefpunkt. Von dort ging es bis zum Jahresende wieder leicht bergauf, aber das Vorjahresniveau konnte nur im August erreicht werden. Insgesamt lag das Preisniveau 2020 etwa 1 Cent unter dem Vorjahr. Als Grund für die rückläufigen Milchpreise gelten die schwächeren Erlöse für Butter, Käse und Vollmilchpulver (ZMB, 2020). Die Erzeugerpreise für Bio-Milch haben sich hingegen etwas positiver entwickelt und lagen im Jahreschnitt etwa 0,5 Cent/kg über dem Vorjahresniveau. Dies ist v.a. auf die geringere Bedeutung des Exports und Außer-Haus-Marktes in diesem Segment zurückzuführen, das daher von der Verschiebung der Warenströme in den Einzelhandel profitierte (DMW, 2020b). Nach den relativ stabilen Preisen in den ersten beiden Quartalen 2020 zogen die Auszahlungspreise für Bio-Milch im weiteren Jahresverlauf wieder an und erreichten gegen Jahresende 48,8 Cent/kg.

Abbildung 6. Entwicklung der Milchpreise 2018, 2019 und 2020 für konventionell und ökologisch produzierte Milch



Preise standardisiert und ab Hof

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an BLE (2021a und 2021b).

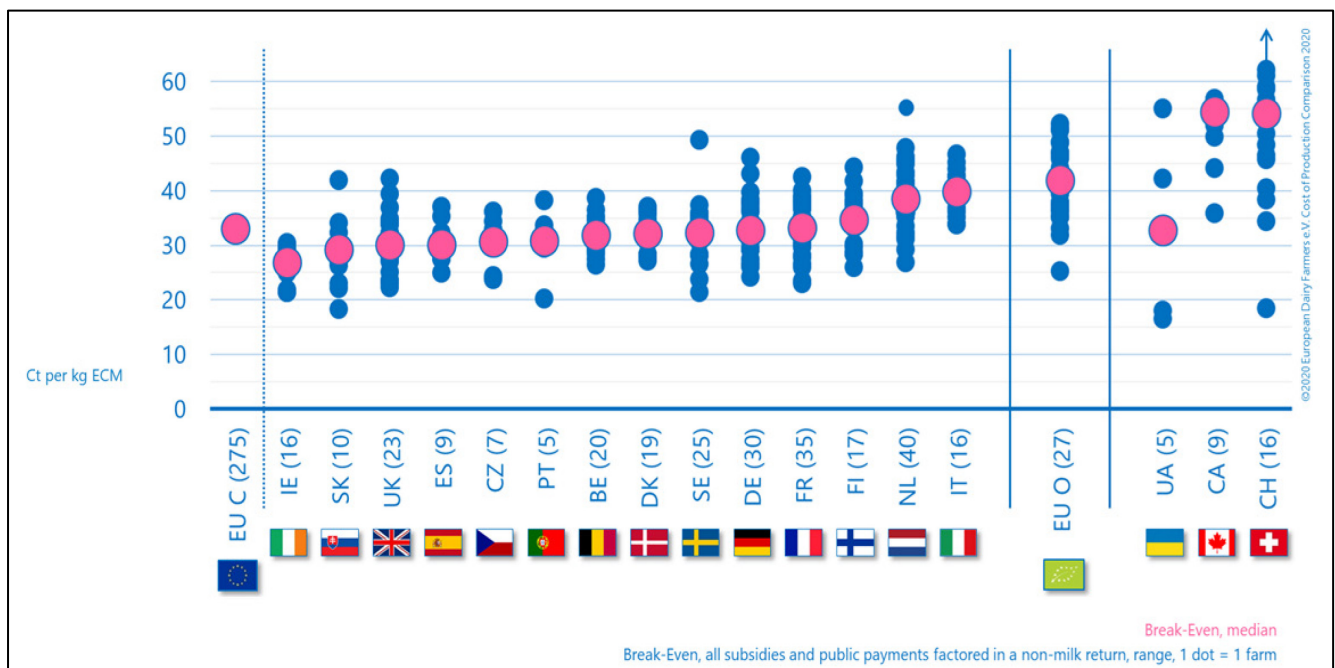
Die Produktion von sog. Spezialmilch bietet für die landwirtschaftlichen Betriebe eine Möglichkeit, höhere Auszahlungspreise als für die konventionelle Milch zu bekommen. Zahlen aus 2019 zeigen, dass der Auszahlungspreis für GVO-freie Milch etwa 1,6 Cent/kg über dem konventionellen Preis lag. Wird die Milch zusätzlich als Weidemilch oder Tierwohlmilch ausgelobt, kommen weitere Aufschläge von 3,3 bzw. 5,7 Cent/kg hinzu. Während etwa 70 % der in Deutschland erzeugten Milch 2019 GVO-frei waren, wurden 5 % als Weidemilch produziert und 0,7 % explizit als Tierwohlmilch verkauft (TOP AGRAR, 2020b).

Neben den Milcherzeugerpreisen sind die Produktionskosten für die wirtschaftliche Situation auf den landwirtschaftlichen Betrieben relevant. Gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Proteste von Landwirt*innen und der Diskussionen um faire Preise stellt sich die Frage, was überhaupt einen fairen Preis ausmacht. In der Fairness-Forschung ist ein Bestandteil eines fairen Preises das Verhältnis von Inputs zu Outputs (COLQUITT et al., 2001). Betrachtet man Vollkostenrechnungen für die Milcherzeugung, so findet man sehr heterogene Ergebnisse. Im Rinderreport Rheinland-Pfalz und Saarland wird das kalkulatorische Betriebszweigergebnis Milcherzeugung im Schnitt mit -2,2 Cent/kg angegeben. Betrachtet man nur die 25 % besten Betriebe aus dem Report, stehen hier 3,5 Cent/kg und bei den 25 % schlechtesten Betrieben -8,2 Cent/kg (DIENSTLEISTUNGSZENTREN LÄNDLICHER RAUM, 2019). Abbildung 7 zeigt die

Break-Even-Punkte der Milcherzeugung in verschiedenen Ländern. Alle öffentlichen Direktzahlungen und Subventionen sind anteilig eingerechnet. Die Daten stammen aus dem Netzwerk der European Dairy Farmers. Sie sind zwar nicht repräsentativ für die gezeigten Länder, geben aber dennoch gute Einblicke in Länderunterschiede und Spannweiten in den einzelnen Ländern. Diese Zahlen zeigen, dass ein fairer – im Sinne von kostendeckender – Preis für landwirtschaftliche Betriebe sehr unterschiedlich hoch sein müsste. So unterscheiden sich die Erzeugungskosten zwischen den Ländern (Break-Even in Italien in der Stichprobe im Schnitt bspw. bei 40 Cent/kg und in Irland bei unter 30 Cent/kg); aber auch innerhalb der betrachteten Länder schwanken die Kosten stark – in Deutschland bspw. zwischen 24 und 46 Cent/kg.

Tabelle 1 zeigt den Strukturwandel auf Betriebs-ebene in den letzten 10 Jahren. Die Anzahl an Milchviehbetrieben in Deutschland ist in diesem Zeitraum um etwa 37 % zurückgegangen. Das entspricht einer jährlichen Rate des Strukturwandels von 4,6 %. Der Milchkuhbestand hat sich im selben Zeitraum deutlich weniger verringert (-6,2 %). Es wurden in 2020 3,9 Mio. Milchkühe in Deutschland gehalten. Die durchschnittliche Betriebsgröße lag bei 68 Kühen pro Betrieb, wobei sich ein Nord-Süd- und ein Ost-West-Gefälle überlagern. Bei einer geschätzten Milchleistung von durchschnittlich 8.400kg pro Kuh und Jahr betrug die durchschnittliche Milchproduktion 574.646 kg pro Betrieb.

Abbildung 7. Break-Even-Punkt und Spannweite in verschiedenen Ländern Europas



Quelle: EDF (2020)

Tabelle 1. Strukturwandel der deutschen Milchviehbetriebe in den Jahren 2010-2020

Jahr	Milchkuhbestand in 1.000	Anzahl Milchviehhalter in 1.000	Rückgang der Betriebe pro Jahr in %	Anzahl Kühe pro Halter	Milchproduktion pro Betrieb in kg	Milchleistung je Kuh und Jahr in kg
2010	4.181.679	91.550	-6,0	46	323.389	7.080
2011	4.190.103	87.162	-4,8	48	348.046	7.240
2012	4.190.485	82.865	-4,9	51	370.324	7.323
2013	4.267.611	79.537	-4,0	54	393.994	7.343
2014	4.295.680	76.469	-3,9	56	423.619	7.541
2015	4.284.639	73.255	-4,2	58	446.157	7.628
2016	4.217.700	69.174	-5,6	61	472.292	7.746
2017	4.199.010	65.782	-4,9	64	495.529	7.763
2018	4.100.863	62.813	-4,5	65	526.147	8.068
2019	4.011.674	59.925	-4,6	67	547.542	8.250*
2020	3.921.410	57.322	-4,3	68	574.646	8.400**
Veränderung 2010-2020 in %	-6,2	-37,4	-4,6 pro Jahr	+48,7	+56,3	+18,6

* vorläufig, **geschätzt.

Quelle: DESTATIS (2021a), (2021b), MIV (2020); eigene Berechnungen.

3 Die europäischen Märkte für Milch und Milcherzeugnisse

Zum 1.2.2020 ist das Vereinigte Königreich (VK) aus dem europäischen Markt ausgetreten und wird seitdem nicht mehr in die europäischen Statistiken einbezogen. VK stellte im Zeitraum 2013 bis 2018 einen Anteil von etwa 10 % der europäischen Milchproduktion her, der nun aus der EU-Statistik weggefallen ist (EUROSTAT, 2021). Damit verkleinert sich sowohl der innereuropäische Markt, als auch der Handel zwischen der EU und anderen Ländern. Einige internationale Quellen führen die EU und VK weiterhin gemeinsam in ihren Berichten. Daher werden nachfolgend die Statistiken je nach verfügbaren Daten präsentiert und wie folgt gekennzeichnet: Sind in den Daten sowohl das VK als auch die EU enthalten, so sprechen wir von EU+VK, sonst nur von der EU. Je nach der Bezugsgrundlage verschieben sich auch die Referenzgrößen der letzten Jahre, da die EU auch die vorherigen Statistiken von VK-Daten bereinigt hat (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021a).

Die angelieferte Milchmenge in der EU für den Zeitraum Januar bis November hat sich danach im Vergleich zum Vorjahr um 1,7 % gesteigert. Demgegenüber steht die Entwicklung im VK mit einem Rückgang von 0,2 % im gleichen Zeitraum (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021a). Die Steigerung in der EU lässt sich zum einen durch gute Produktionsbedingungen und positive Entwicklungen der innereuropäischen und der weltweiten Nachfrage erklären.

Auch gab es Mitte des Jahres Markteingriffe durch die Unterstützung der privaten Lagerhaltung unter anderem für Butter und Magermilchpulver (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021b).

Für die Zukunft wird allerdings eine Abschwächung des Wachstums erwartet. Dies wird mit Störungen der weltweiten Handelsströme durch die Coronapandemie und dem weiteren Schrumpfen des Milchviehbestands begründet (USDA-FAS, 2021a).

3.1 Produktion und Konsum der EU-27

Die Produktion in der EU konnte 2020 über alle Milchprodukte hinweg gesteigert werden. Die erhöhte Anlieferungsmenge von Kuhmilch führte zu einer Mehrproduktion bei Käse in Höhe von 1,6 %, bei Vollmilchpulver (VMP) von 1,4 %, bei Magermilchpulver (MMP) von 3,4 % und bei Butter von 2,8 % (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021c). Dabei ist wie in den vergangenen Jahren auch 2020 der Milchkuhbestand in EU+VK weiter geschrumpft. Im Vergleich zu 2019 betrug die Differenz -1,2 % oder etwa -280.000 Kühe (USDA-FAS, 2020a). Weiterhin wird eine Reduzierung der Herdengröße für die nächsten Jahre erwartet. Durch Züchtungsfortschritte und verbessertes Management wird trotzdem erwartet, dass die Produktionsmenge nicht sinkt.

Deutschland als weiterhin größter Produzent in der EU konnte seine Produktion zwischen Januar und November 2020 um 0,5 % steigern (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021a). Im ersten Halbjahr lag die Produktionssteigerung bei 1 %, allerdings führten trockene

ne Witterungsbedingungen zu reduzierter Futterproduktion, die sich negativ auf die Produktion in der zweiten Jahreshälfte auswirkten. Bei normalen Winterniederschlägen wird allerdings erwartet, dass sich die Produktion in 2021 leicht erhöht. Allerdings wird die Mengensteigerung durch die erwartete weitere Reduktion der Zahl der Milchkühe und die Verschärfungen im Bereich der Düngungsauflagen begrenzt werden (USDA-FAS, 2020a).

Dies lässt sich am Beispiel der Niederlande illustrieren. Die niederländische Produktion setzte die Erholung von den Auswirkungen der 2018 eingeführten Phosphat-Regelungen weiter fort. Im ersten Halbjahr 2020 stieg die Menge um 2,4 % (USDA-FAS, 2020a), bevor die Auswirkungen von nationalen Stickstoff-Regelungen und die Unsicherheiten hinsichtlich der Corona-Pandemie (USDA-FAS, 2020a) das Wachstum in der Milchmenge limitierten. Bei Betrachtung des Zeitraums Januar bis November 2020 ergab sich dann nur noch eine Steigerung von +1,3 % (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021a).

In einigen Ländern der EU wie Italien und Österreich kam es durch die Corona-Pandemie zur Verschiebung der Produktion von Frischmilch zur länger haltbaren H-Milch. In Italien kam es hier in den ersten drei Monaten 2020, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, zu einem Anstieg des Konsums von H-Milch um 12 % (USDA-FAS, 2020a).

Die Betrachtung der jährlichen Wachstumsraten zeigt, dass sich die Milchproduktion in fast allen Ländern der EU-27 vergrößerte. Zwischen Januar und November wuchs zum Beispiel die italienische Produktion im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,5 %. Weiterhin gab es substanzielle Zuwächse in Zypern (+14,2 %), Bulgarien (+5,7 %), Tschechien (+4,7 %), Griechenland (+4,0 %) und Irland (+3,8 %). Einzig in Kroatien (-0,5 %) kam es zu einer Reduzierung der angelieferten Mengen (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021a).

Im VK sank die Herdengröße, dem langfristigen Trend folgend, weiter; zudem wirkten sich die Pandemie und der Brexit auf den Markt aus. Die veränderte Nachfrage durch die Corona-Auflagen führte zu Anpassungen der Lieferketten, welche die Produktion im zweiten Halbjahr kurzfristig sinken ließen. Für 2021 wird daher eine Produktionsmenge auf dem Niveau von 2020 erwartet. Allerdings können Störungen im Handel mit der EU den Milchmarkt im VK deutlich beeinflussen (USDA-FAS, 2021a).

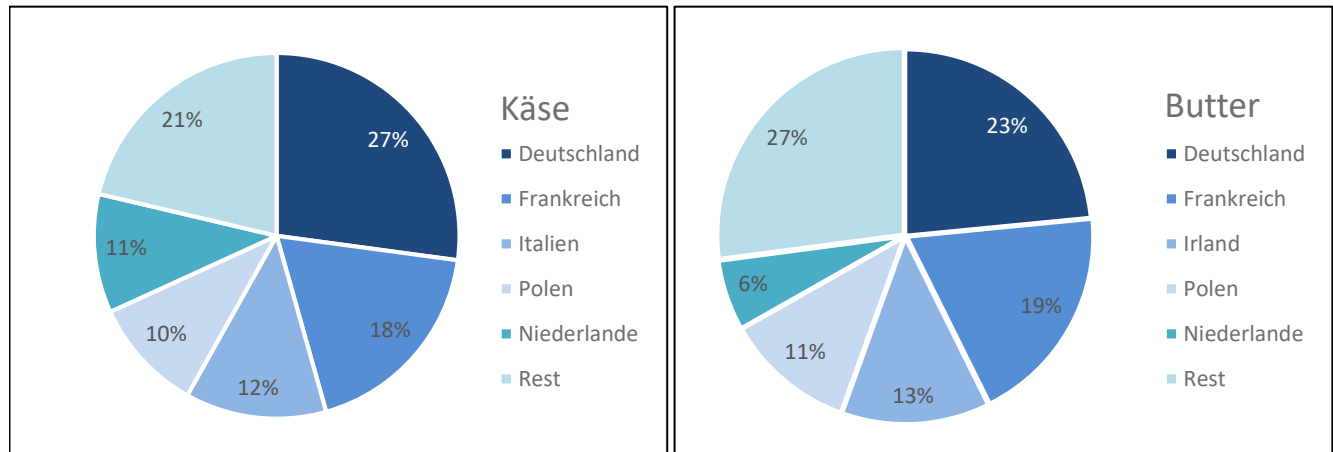
Abbildung 8.1 und 8.2 zeigen die fünf größten Produzenten der vier Milcherzeugnisse Butter, Käse, MMP und VMP in der EU-27. Sowohl bei Käse als

auch bei Butter ist Deutschland mit 27 % bzw. 23 % der wichtigste Produzent. In beiden Märkten folgt Frankreich mit 18 % bzw. 19 % an zweiter Stelle. Bei VMP sind die Niederlande mit 27 % vor Frankreich mit 20 % die wichtigsten Produzenten. Für MMP ist Frankreich mit 30 %, vor Deutschland mit 29 % der wichtigste Produzent. Auffällig ist in allen Märkten der hohe Marktanteil der drei wichtigsten Produzenten, die immer über 50 % der Gesamtmenge produzieren. Besonders hoch ist dieser Marktanteil bei MMP mit 71 % und VMP mit 65 %.

Konsum

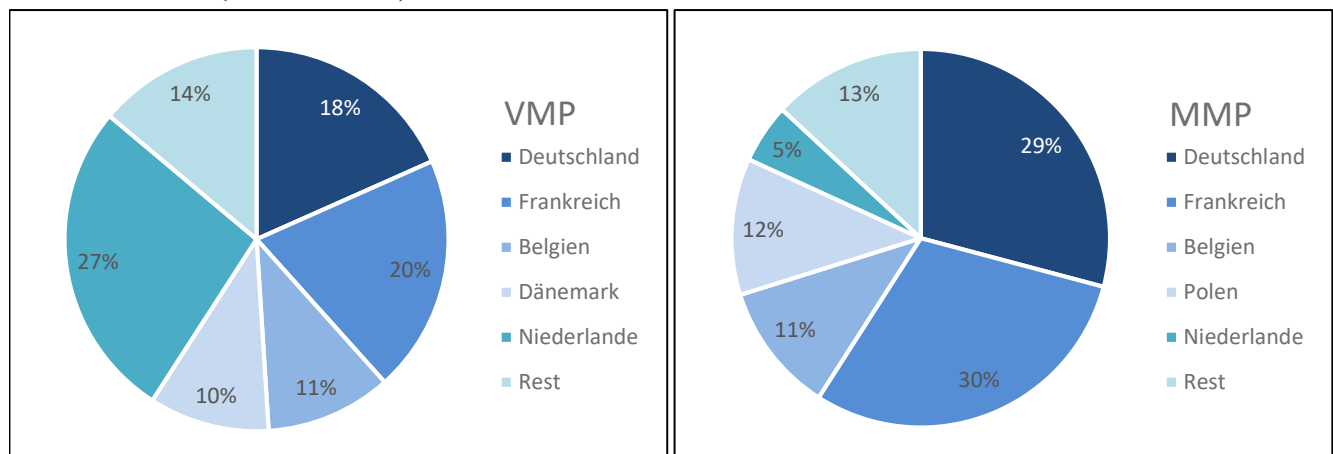
Die Auswirkungen der Corona-Pandemie zeigten sich hauptsächlich im Konsum von Milchprodukten in der EU. Mit dem Anfang der Pandemie stieg zunächst die Nachfrage nach Milchprodukten, da viele Konsument*innen Vorräte bei Käse, Butter und H-Milch anlegten ("Hamsterkäufe"). Der Lockdown und die damit verbundenen Empfehlungen und Vorschriften, die eigene Wohnung nicht zu verlassen, führte in dieser Phase auch dazu, dass Konsument*innen eher Milchprodukte in größeren Paketgrößen und mit langer Haltbarkeit zur Bevorratung bevorzugten. Verstärkt durch den Wegfall großer Teile des Außer-Haus-Verzehrs kam es zum gesteigerten Absatz von eher preisgünstigen Produkten. Der in den letzten Jahren rückläufige Konsum von Trinkmilch stieg 2020 ebenfalls wieder an. Bereits ab 2021 wird allerdings erwartet, dass hier der Konsum wieder absinkt und sich der Trend zu Milchersatzprodukten und anderen Milchprodukten fortsetzt. In Europa gab es auch eine Reihe von Initiativen von Medien oder Regierungen, die zum Konsum von regionalen Produkten aufgerufen haben, um die lokalen Produzenten zu unterstützen. Ein Rückgang im Konsum war vor allem für Premium-Käse zu beobachten, der in normalen Jahren zu großen Teilen über Restaurants abgesetzt wird. Starke Rückgänge gab es auch bei Großpackungen, die typischerweise von Hotels, Gastronomie, Großverpflegungseinrichtungen oder der Industrie abgenommen werden. Auch nach der zeitweisen Wiedereröffnung in 2020 kehrten viele Konsument*innen nicht zu ihrem alten Konsumverhalten zurück. Wie auch in anderen Bereichen der Wirtschaft zu beobachten, waren viele Konsument*innen aus Vorsichtsgründen im Bereich des Außer-Haus-Konsums auch ohne Lockdown eher zurückhaltend. Auch Schließungen im Bereich der Gastronomie nach dem ersten Lockdown behinderten teilweise die Rückkehr zu vormaligen Konsummustern (USDA-FAS, 2020a).

Abbildung 8.1. Anteile der Mitgliedstaaten an den Produktionsmengen der EU-27 für Käse und Butter (Jan-Nov 2020)



Quelle: EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021c)

Abbildung 8.2. Anteile der Mitgliedstaaten an den Produktionsmengen der EU-27 für VMP und MMP (Jan-Nov 2020)



Quelle: EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021c)

3.2 Innereuropäischer Handel 2019 (ohne Großbritannien)

Vergleicht man die innereuropäisch gehandelte Menge 2018 mit und ohne Einbeziehung des Vereinigten Königreichs, so sinkt die Menge bei Käse um 14 %, bei Butter um 12 %, bei MMP um 11 % und bei VMP um 28 %. Großbritannien bezog zudem 2019 und 2020 100 % seiner Importe von Käse und fast 100 % bei Butter aus der EU. Im innereuropäischen Handel war Großbritannien unter anderem drittgrößter Importeur von Käse, mit etwa 11 % der importierten Menge. Speziell für Irland war Großbritannien im innereuropäischen Handel bei vielen Milchprodukten der wichtigste Abnehmer. Mengenmäßig exportierte Irland 2018 27 % seiner Butter- und 66 % seiner Käseexporte nach Großbritannien (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021d; HUNECKE et al., 2020).

Im nun geschrumpften innereuropäischen Handel sind weiterhin Deutschland, Frankreich und die Niederlande die wichtigsten Länder (vgl. Tabelle 2.1-2.4). Dies gilt sowohl für die Importe als auch Exporte. Das meistgehandelte Milchprodukt war in Europa weiterhin Käse mit 3,9 Mio. t in 2019. Im Vergleich zu 2018 bedeutet dies eine Steigerung um 4 %. Die genauere Betrachtung des Handels zeigt, dass die gleichen Länder häufig sowohl große Exporteure als auch große Importeure sind. So exportierte der größte Exporteur Deutschland knapp 154.000 t in die Niederlande, importierte aber ebenfalls etwa 284.000 t aus den Niederlanden. Sowohl auf der Seite der Importe als auch der Exporte sind die Niederlande, Italien und Frankreich jeweils die drei größten Handelspartner von Deutschland (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021d). Ähnliches gilt für den Handel mit Butter, der im Vergleich

zu 2018 stabil bei 710.000 t geblieben ist. Die Niederlande sind sowohl größter Exporteur, als auch größter Importeur. Frankreich (58.000 t), Deutschland (79.000 t) und Belgien (32.000 t) sind dabei die größten Abnehmer der niederländischen Exporte, während Irland (80.000 t), Deutschland (39.000 t) und Belgien (21.000 t) die größten Mengen in die Niederlande liefern. Die Handelsmenge bei MMP (708.000 t) erreicht in 2019 annähernd das Niveau bei Butter (710.000 t). Im Vergleich zur konstanten Handelsmenge bei Butter stieg dabei die gehandelte Menge

bei MMP um knapp 16 % an. Interessant sind beim innereuropäischen Handel mit MMP zudem die Anteile des größten Importeurs Niederlande (36 %) und des größten Exporteurs Deutschland (33 %) an der gesamten Handelsmenge. Diese Anteile sind deutlich höher als bei den anderen Produkten, sodass bei MMP sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfrageseite eine vergleichsweise hohe Konzentration vorhanden ist. Diese beiden Länder verzeichnen außerdem die größte bilaterale Handelsmenge mit Exporten in Höhe von 95.000 t, die aus Deutschland in die Niederlande gehen.

Tabelle 2.1. Innereuropäischer Handel mit Butter (ohne VK), in 1.000 t

Butter-Export	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020	Butter-Import	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020
Niederlande	186	184	196	183	Niederlande	132	169	172	162
Irland	105	128	130	134	Frankreich	163	176	162	131
Deutschland	112	105	116	99	Deutschland	132	126	133	123
Belgien	92	107	96	80	Belgien	66	65	62	50
Polen	47	57	45	34	Italien	30	31	28	23
Frankreich	29	30	31	22	Tschechien	18	19	20	16
Gesamt	661	710	710	690	Gesamt	660	710	710	690

Quelle: eigene Darstellung nach Daten von EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021d)

Tabelle 2.2. Innereuropäischer Handel mit Käse (ohne VK), in 1.000 t

Käse-Export	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020	Käse-Import	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020
Deutschland	1.014	1.032	1.069	916	Deutschland	814	800	830	711
Niederlande	728	700	738	609	Italien	503	510	512	415
Frankreich	475	472	477	384	Niederlande	357	358	386	325
Italien	275	286	301	267	Frankreich	332	345	363	327
Dänemark	261	265	265	219	Belgien	286	287	301	251
Belgien	191	200	206	168	Spanien	279	283	299	231
Gesamt	3730	3781	3934	3281	Gesamt	3730	3781	3934	3281

Quelle: eigene Darstellung nach Daten von EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021d)

Tabelle 2.3. Innereuropäischer Handel mit MMP (ohne UV), in 1.000 t

MMP-Export	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020	MMP-Import	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020
Deutschland	222	243	237	194	Niederlande	183	224	257	199
Frankreich	75	80	100	91	Italien	74	75	84	55
Irland	34	45	70	53	Belgien	50	45	59	51
Belgien	64	71	69	44	Spanien	50	45	54	44
Niederlande	50	35	66	55	Deutschland	39	45	53	53
Litauen	4	13	29	8	Polen	36	47	52	38
Gesamt	561	611	708	558	Gesamt	561	611	708	558

Quelle: eigene Darstellung nach Daten von EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021d)

Tabelle 2.4. Innereuropäischer Handel mit VMP (ohne VK), in 1.000 t

VMP-Exporte	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020	VMP-Importe	2017	2018	2019	01 – 10/ 2020
Deutschland	45	46	47	34	Niederlande	41	56	48	37
Niederlande	45	39	42	31	Deutschland	40	39	44	42
Belgien	28	46	36	26	Belgien	26	28	31	21
Frankreich	34	35	34	30	Italien	28	28	27	20
Irland	22	21	26	26	Frankreich	25	21	24	19
Polen	9	11	18	16	Polen	11	11	13	10
Gesamt	211	224	226	183	Gesamt	211	224	226	183

Quelle: eigene Darstellung nach Daten von EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021d)

Wie in den letzten Jahren waren die Handelsmengen bei VMP am geringsten (226.000 t) und relativ ausgeglichen zwischen den Ländern. Deutschland, die Niederlande und Belgien sind sowohl größte Exporteure als auch Importeure. In allen drei Ländern sind Exporte und Importe jeweils etwa gleich groß. So betragen die Nettoexporte der Niederlande 4.000 t, von Deutschland 5.000 t und von Belgien 2.000 t. Die größte bilaterale Handelsmenge verzeichneten die Exporte von Belgien an die Niederlande mit 19.000 t.

4 Die internationalen Märkte für Milch und Milcherzeugnisse

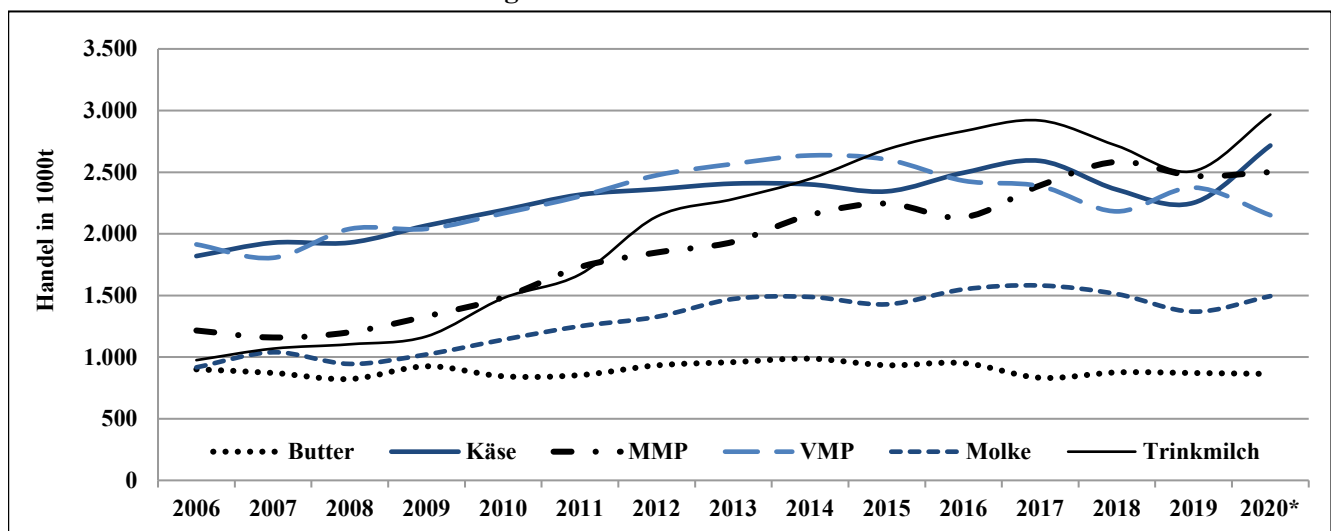
Auf den internationalen Märkten erholten sich die Handelsmengen nach den dürrebedingten Produktionsrückgängen in 2018 und 2019 wieder (vgl. Abbildung 9). Dies ist vor allem bei Trinkmilch und Käse zu sehen. Die Handelsmengen von MMP und Butter waren relativ konstant im Vergleich zum Vorjahr. Jedoch reduzierte sich die Handelsmenge von VMP und folgte damit dem Trend der letzten Jahre. Allgemein sind langfristige Entwicklungen in diesem Jahr schwer einzuschätzen durch sich immer wieder verändernde Pandemie-Einschränkungen und daraus resultierenden Konsequenzen für die Märkte.

4.1 Angebot

In Neuseeland, dem weltweit größten Exporteur von Milchprodukten, herrschten 2020 ausgezeichnete Produktionsbedingungen. Dadurch erzielte die Produktion einen neuen Rekord und wuchs, im Vergleich zum Vorjahr, um 1,3 % (USDA-FAS, 2020b). Neuseeland nutzte die gesteigerte Produktionsmenge hauptsächlich zur Ausweitung der Erzeugung von Milchpulver. Die weiter leicht sinkenden Kuhbestände konnten durch gesteigerte Milcherträge pro Kuh mehr als ausgeglichen werden. Auch die staatlichen Corona-Beschränkungen hatten keine Auswirkungen auf die Milchproduktion und Verarbeitung. Die Exportmenge wird allerdings um 2,7 % niedriger als in 2019 geschätzt. Hauptgrund ist hier der Export der Lagerbestände von VMP in 2019 (vgl. Tabelle 3.1). In Neuseeland setzt sich außerdem der Trend zu einer weiteren Produktdiversifizierung fort. So stieg die Produktion von denjenigen Milcherzeugnissen, die nicht zu den vier Hauptkategorien gehören, um 1,2 % im Vergleich zum Vorjahr an. Hierzu zählen zum Beispiel Mozzarella, diverse Frischkäsezubereitungen und auch Säuglingsmilchpulver, die auf den asiatischen Markt exportiert werden (USDA-FAS, 2020b).

Der Milchmarkt in Australien war in 2020 durch eine starke Trendwende geprägt. Nach zuletzt großen Dürreproblemen herrschten, wie in Neuseeland, wie

Abbildung 9. Gleitender Durchschnitt der Quartals-Handelsmengen auf den wichtigsten internationalen Märkten für Milcherzeugnisse



* Die Handelsmengen entsprechen der Summe aller einzelnen Länder-Exportmengen, wobei für die EU (ab 2020 ohne VK) nur die Exporte in Drittstaaten aufgenommen wurden. Das Jahr 2020 stellt eine Prognose auf Basis der bisher verfügbaren innerjährlichen Exportentwicklung dar.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von ITC (2021)

Tabelle 3.1. Veränderung der Exportmengen der Top-5 MMP- und VMP-Exportländer

MMP- Exportländer	Markt- anteil*	Veränderung der Exporte			VMP- Exportländer	Markt- anteil*	Veränderung der Exporte		
		2018	2019	2020**			2018	2019	2020**
1 EU-27	27%	-1%	-3%	-14%	1 Neuseelad	55%	3%	12%	1%
2 USA	27%	18%	-1%	20%	2 EU-27	14%	-3%	3%	10%
3 Neuseeland	17%	-10%	3%	-3%	3 Uruguay	5%	33%	-9%	8%
4 Australien	7%	-2%	-17%	-1%	4 Argentinien	4%	92%	-29%	70%
5 Weißrussland	5%	10%	3%	2%	5 Arab. Emirate	4%	70%	10%	

* Der Marktanteil wurde nach der Exportmenge der Länder im Zeitraum 2015 bis 2019 bestimmt.

** Die Veränderung der Exporte im Jahr 2020 berücksichtigt nur die bereits in den Datenbanken verfügbaren Monate (i.d.R. 7-11 Monate) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von ITC (2020) und EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021e)

der hervorragende Produktionsbedingungen. Damit steigerte sich die Milchproduktionsmenge im Vergleich zum Vorjahr um über 4 %. Es wird erwartet, dass die Milchverarbeiter*innen weiterhin die Käseproduktion priorisieren und somit deutlich mehr Käse produziert und exportiert wird (USDA-FAS, 2020c).

Gestiegene Produktion und weiter hohe Nachfrage werden zu steigenden Exporten der EU in 2020 führen. Für den Zeitraum Januar bis November 2020 gibt die EU, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, an, dass sich die Exporte von Käse um 2 %, von VMP um +10 % und bei Butter um +6 % steigerten (vgl. Tabelle 3.1 und 3.2). Nur die Exporte von MMP (-14 %) gingen zurück (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021e).

Die sehr hohen Exporte der EU von MMP waren im Jahr 2019 auch nur durch den Abbau von Lagerbeständen erzielt worden. Laut USDA wurden vor allem die Käse-Exporte der EU nach Japan, Südkorea und in die Schweiz gesteigert. Allerdings wurde ein deutlicher Einbruch um 13 % beim Export in die USA erwartet. Dieser Einbruch kann mit Vergeltungszöllen in Höhe von insgesamt 7,5 Mrd. Dollar erklärt werden, die die USA nach einer Entscheidung der Welthandelsorganisation auf europäische Produkte erheben darf (AHDB, 2019; USDA-ERS, 2021). Unter diese Maßnahme fallen eine Reihe von Milchprodukten wie Joghurt und Butter, aber vor allem Käse, auf die ein Wertzoll in Höhe von 25 % gezahlt werden muss (EBENDA).

Außerdem stiegen die Exporte der EU bei Butter (6 %) und VMP (10 %) durch weiter lebhaftere internationale Nachfrage. Weiterer wichtiger Wachstumsmarkt war China, das 15 % mehr Flüssigmilch aus der EU nachfragte (USDA-FAS, 2020a).

In den USA zeigten sich unterschiedliche Entwicklungen. Beim wichtigsten Exportprodukt MMP konnte die Menge um 20 % gesteigert werden (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021e). Zwar gingen die Men-

gen zum wichtigsten Abnehmer Mexiko zurück, aber die nach Asien exportierten Mengen konnten deutlich gesteigert werden. Die Käseexporte litten ebenfalls unter dem wirtschaftlichen Einbruch in Mexiko und werden etwa im Rahmen des letzten Jahres geschätzt (USDA-FAS, 2020g).

Nach vorläufigen Zahlen der EU (siehe EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021e) waren 2020 Neuseeland (378.000 t) und die EU (286.000 t) die größten Exporteure bei Butter. Bei Käse liegt die EU (1.234.000 t) weit vor den USA (332.000 t) an erster Stelle als größter Exporteur. Bei MMP liegen die EU (765.000 t) knapp an erster Stelle vor den USA (759.000 t). Im Handel mit VMP ist Neuseeland weiter mit 1.346.000 t mit großem Abstand vor der EU mit 316.000 t größter Exporteur.

4.2 Nachfrage

Japan, Südkorea und die Schweiz steigerten ihre Käseimporte aus der EU. Die detaillierten Daten für Japan im ersten Halbjahr zeigen allerdings, dass sich die Importe aus Deutschland und Irland etwa verdoppelten, jedoch die Einfuhren aus anderen EU-Ländern deutlich zurückgingen. Insgesamt ergab sich so ein Wachstum der Importe aus der EU um 6 %. Die USA bleiben, trotz der im letzten Kapitel diskutierten Zölle, der wichtigste Importeur von europäischem Käse (USDA-FAS, 2020a, d).

In Mexiko, dem normalerweise größten Importeur von MMP, kamen 2020 eine Reihe negativer Einflüsse für den Milchmarkt zusammen. Die wirtschaftliche Lage verschlechterte sich durch die Pandemie, verstärkt durch niedrige Ölpreise und eine schwache Währung. Speziell zum Anfang der Pandemie sanken die Importe drastisch ab. In den folgenden Monaten stieg die Konsumnachfrage wieder an, aber die Einkommensverluste vieler Haushalte dämpften die Erholung der Nachfrage. Die gesunkene Nachfrage wirkte

sich vor allem auf die USA, die mit großem Abstand Hauptlieferant Mexikos sind, aus (USDA-FAS, 2020e).

Russland hatte in 2020 weiterhin Probleme durch den niedrigen Wechselkurs der heimischen Währung, der die Kaufkraft bei Einfuhren negativ beeinflusste. Trotz der wirtschaftlichen Probleme steigerte sich die Nachfrage nach inländischen Milchprodukten, die

über Labels die Konsumenten von Qualitätsverbesserungen überzeugen konnten. Treiber dieser Entwicklung waren angebotsseitig vor allem Großbetriebe, die die Produktivität ihrer Herden verbesserten und neue Produktionsregionen erschlossen. In der Folge stieg der inländische Milchpreis in der Pandemie auf einen neuen Rekordwert, dennoch stieg der private Konsum

Tabelle 3.2. Veränderung der Exportmengen der Top-5 Butter- und Käse-Exportländer

Butter-Exportländer	Marktanteil*	Veränderung der Exporte			Käse-Exportländer	Marktanteil*	Veränderung der Exporte		
		2018	2019	2020**			2018	2019	2020**
1 Neuseeland	58%	5%	1%	-8%	1 EU-27	22%	-3%	-3%	2%
2 EU-27	9%	-10%	6%	6%	2 Neuseeland	14%	-6%	4%	-4%
3 Weißrussland	8%	-2%	5%	2%	3 USA	13%	2%	3%	-1%
4 UK	7%	14%	-7%	-11%	4 Weißrussland	9%	23%	1%	12%
5 USA	4%	52%	-37%	-18%	5 UK	7%	11%	9%	-1%

* Der Marktanteil wurde nach der Exportmenge der Länder im Zeitraum 2015 bis 2019 bestimmt.

** Die Veränderung der Exporte im Jahr 2020 berücksichtigt nur die bereits in den Datenbanken verfügbaren Monate (i.d.R. 9 Monate) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von ITC (2020) und EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021e)

Tabelle 3.3. Veränderung der Importmengen der Top-10 MMP- und VMP-Exportländer

MMP-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe			VMP-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe		
		2018	2019	2020**			2018	2019	2020**
1 Mexiko	10%	9%	-9%		1 China	19%	11%	30%	-2%
2 China	8%	13%	23%	-2%	2 Algerien	10%	13%	-14%	
3 Indonesien	5%	10%	16%	5%	3 Arab. Emirate	6%	3%	-10%	
4 Philippinen	5%	4%	11%	-4%	4 Saudi Arabien	4%	-16%	57%	
5 Algerien	5%	3%	-28%		5 Hongkong	4%	19%	-7%	-44%
6 Malaysia	4%	7%	-2%	-4%	6 Brasilien	3%	-7%	-9%	32%
7 Russland	4%	-27%	-3%	-34%	7 Oman	3%	28%	-20%	
8 Vietnam	3%	2%	30%	-13%	8 Bangladesch	3%	11%	10%	-32%
9 Ägypten	3%	30%	9%		9 Sri Lanka	3%	2%	5%	4%
10 Thailand	2%	4%	2%	-8%	10 Malaysia	2%	29%	8%	-21%

* Der Marktanteil wurde nach der Importmenge der Länder im Zeitraum 2015 bis 2019 bestimmt.

** Die Veränderung der Importe im Jahr 2020 berücksichtigt nur die bereits in den Datenbanken verfügbaren Monate (i.d.R. 5-11 Monate) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und ist nicht für alle Länder verfügbar.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von ITC (2020) und EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021e)

Tabelle 3.4. Veränderung der Importmengen der Top-10 Butter- und Käse-Exportländer

Butter-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe			Käse-Importländer	Marktanteil*	Veränderung der Importe		
		2018	2019	2020**			2018	2019	2020**
1 Russland	10%	-10%	33%	9%	1 UK	17%	6%	3%	-9%
2 UK	10%	-7%	-6%	-7%	2 Japan	9%	5%	6%	-4%
3 China	9%	24%	-24%	26%	3 Russland	8%	20%	2%	8%
4 Saudi Arabien	5%	8%	-16%		4 USA	6%	-4%	3%	-10%
5 USA	5%	32%	17%	0%	5 Saudi-Arabien	6%	-1%	6%	
6 Australien	3%	18%	-3%	7%	6 Südkorea	4%	-1%	6%	13%
7 Philippinen	3%	2%	13%	-15%	7 China	3%	0%	6%	12%
8 Ägypten	3%	52%	-15%		8 Australien	3%	-15%	-1%	0%
9 Arab. Emirate	3%	16%	30%		9 Irak	3%	-1%	-49%	-45%
10 Indonesien	2%	2%	4%		10 Chile	2%	19%	-9%	0%

* Der Marktanteil wurde nach der Importmenge der Länder im Zeitraum 2015 bis 2020 bestimmt.

** Die Veränderung der Importe im Jahr 2020 berücksichtigt nur die bereits in den Datenbanken verfügbaren Monate (i.d.R. 5-11 Monate) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und ist nicht für alle Länder verfügbar.

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten von ITC (2020) und EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021e)

von Butter und Käse deutlich an. Allerdings gab es pandemiebedingt im B2B-Bereich einen starken Nachfragerückgang. Zudem gab es weiterhin Sanktionen gegen Importe von Milchprodukten aus einer Reihe von Ländern (USDA-FAS, 2020f, g). Weißrussland blieb weiterhin wichtigster Lieferant von MMP und Käse, allerdings gab es in den letzten Jahren Streit zwischen den Ländern. Russische Produzenten beschwerten sich über den Preisverfall durch stark subventionierte MMP Exporte aus Weißrussland, was zu Handelsbeschränkungen führte.

Ein weiteres Land, dessen Milchnachfrage stark von der Corona-Pandemie beeinflusst wurde, sind die Philippinen. Das Land importiert praktisch seinen kompletten Verbrauch, hauptsächlich aus Neuseeland, den USA und Australien. Durch die wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie sank die Nachfrage deutlich (USDA-FAS, 2020h). Im benachbarten Indonesien gab es 2020 andere Gründe für die Verschiebung der Handelspartner. Die EU ist weiterhin zweitwichtigster Exporteur, verliert aber immer mehr Marktanteile an die USA. Indonesien startete Kampagnen gegen europäische Milchprodukte als Gegenreaktion auf die europäische Biodiesel- und Erneuerbare-Energien-Politik, die die Verwendung von Palmöl, Indonesiens wichtigstem Exportgut, weiter zu beschränken droht (USDA-FAS, 2020i). Die Tabellen 3.3 und 3.4 zeigen zudem weitere Veränderungen der Importmengen bei den wichtigsten Milchprodukten weltweit.

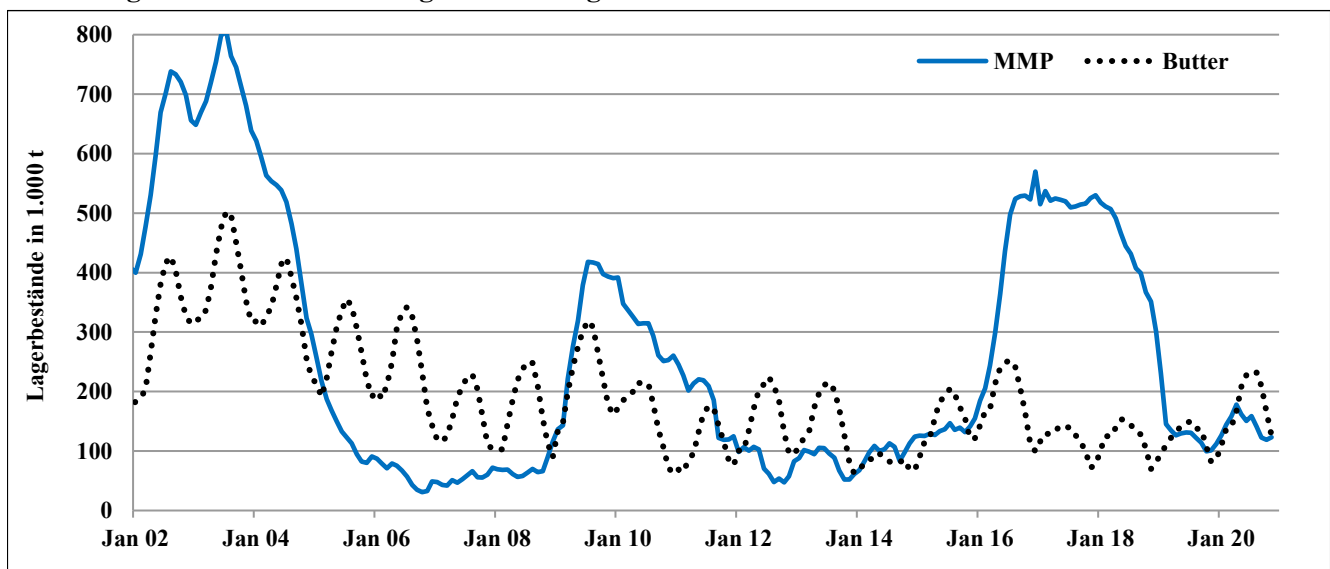
Nach vorläufigen Zahlen der EU (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021e) war China mit 107.000 t welt-

weit größter Importeur vor Russland mit 101.000 t. Allerdings gibt es Unterschiede bei den enthaltenen Daten für China (bis November) und für Russland (bis Oktober). Bei den Käseimporten lag das VK mit 404.000 t vor Japan mit 267.000 t. Auch hier gehen die Daten für VK nur bis Oktober, während die Daten für Japan den November einschließen. Größter Importeur von MMP blieb weiterhin China (310.000 t, bis November), gefolgt von Mexiko (164.000 t, bis September). Bei den Importen von VMP dominierte ebenfalls China mit 592.000 t, mit deutlichem Abstand gefolgt von Sri Lanka mit 81.000 t.

4.3 Preise und Lagerhaltung

Die Lagerbestände für MMP und Butter in den Exportregionen waren Anfang 2020 in Folge des substanziellen Abbaus im letzten Jahr auf einem niedrigen Niveau (siehe Abbildung 10). Betrachtet man nur die EU, so waren die öffentlichen Lagerbestände sowohl bei Butter als auch MMP im Januar 2020 bei 0 t. Erst im Mai steigen die Mengen unter anderem durch von der EU beschlossenen Beihilfen zur privaten Lagerhaltung deutlich an (EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2021b). Bei MMP erreichte die Menge mit etwa 20.000 t im Juni ihren Höchststand und sank danach bis Dezember auf etwa 10.000 t ab. Die US-amerikanischen Lagerbestände stiegen von Januar bis April 2020 um etwa 40 % auf 178.000 t an. Danach sanken sie bis November wieder leicht unterhalb des Wertes aus Januar ab (113.000 t). Bei Butter verlief die Entwicklung der Lagerbestände in den USA und

Abbildung 10. Öffentliche und gemeldete Lagerbestände* der EU und USA



* Die abgebildeten Lagerbestände umfassen die öffentlichen und privaten Lagerbestände in den USA sowie die Interventionsbestände und Butterbestände mit privater Lagerbeihilfe in der EU.

Quelle: EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021f), USDA-NASS (2021a, b)

der EU ähnlicher als bei MMP. Allerdings starteten die USA bereits im Januar mit der Vergrößerung der Lagerbestände. Von Januar bis zum Höchststand im Juni verdoppelte sich die Menge auf etwa 172.000 t. Nach mehr oder weniger konstanten Werten bis September fiel die Menge bis Dezember 2020 jedoch wieder auf etwa 114.000 t ab. In der EU, die im Mai erstmals seit Mai 2017 wieder Lagerbestände für Butter aufbaute, steigerte sich die Menge bis Juli auf etwa 66.000 t. Bis Dezember sank die Menge praktisch wieder auf null ab (153 t). Betrachtet man die gesamten Lagerbestände, so war bei MMP der Höchststand im April mit 178.000 t erreicht und der niedrigste Bestand im Oktober mit 119.000 t. Bei Butter war der Höchststand im Juli im 234.000 t erreicht und der niedrigste Bestand im Januar mit 109.000 t.

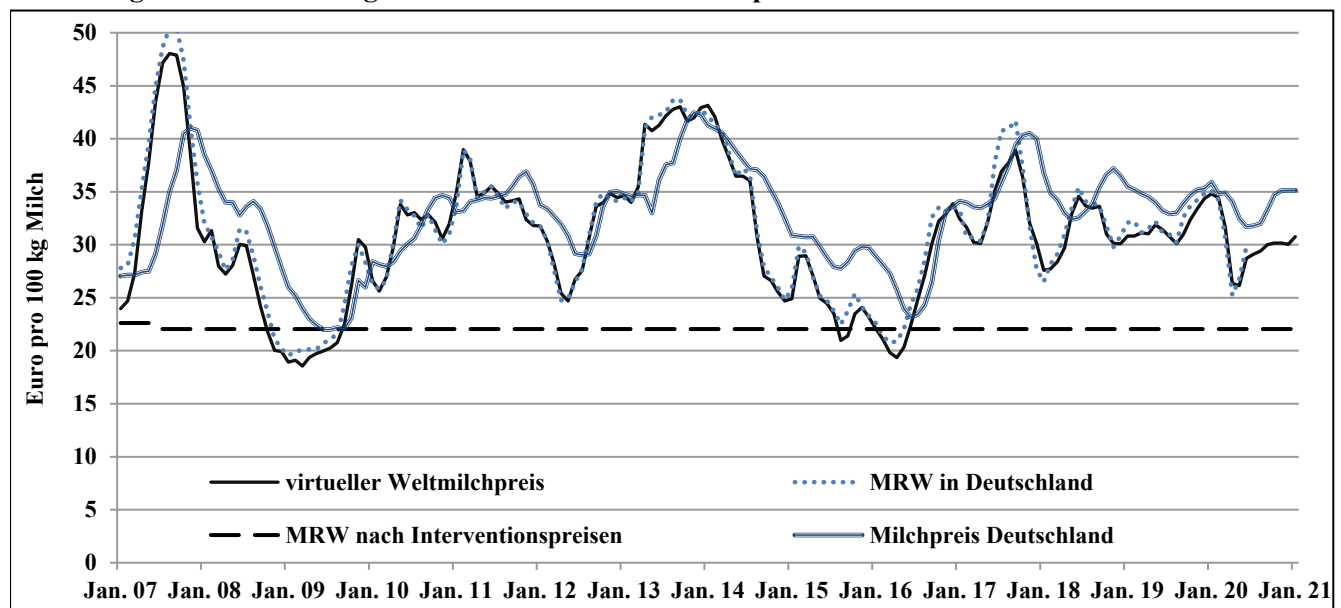
Die Preisentwicklungen in Abbildung 11 zeigen, dass die Milchpreise in Deutschland zu Beginn des Jahres deutlich abgefallen sind, dann aber auch wieder stark angestiegen und Ende des Jahres wieder das Vorjahresniveau erreicht haben. Im Vergleich dazu sind der Milchrohstoffwert in Deutschland und der virtuelle Weltmilchpreis deutlich stärker eingebrochen. Bis Januar 2021 hat der virtuelle Weltmilchpreis auch noch nicht das Vorjahresniveau erreicht. Im Vergleich zu den Vorjahren waren diese Preisänderungen nicht außergewöhnlich groß.

Zum weiteren Vergleich der internationalen Entwicklungen stellt Abbildung 12 den deutschen

Milchpreis aus Abbildung 11 im Vergleich zum europäischen Milchpreis und dem Global Dairy Trade (GDT) Preisindex dar. Der GDT Index stellt einen gewichteten Mittelwert aller auf der Plattform gehandelten Milchprodukten dar. Wie zu sehen ist, ist dieser Preisindex 2020 deutlich stärker abgefallen als die Rohmilchzeitreihen, zeitweise auf nur 85 % des Wertes aus Januar 2020. Zum Ende des Jahres und vor allem Anfang 2021 hat die Zeitreihe allerdings auch als Einzige deutlich die Werte aus dem Januar 2020 übertroffen. Die deutschen und europäischen Zeitreihen sind im Vergleich zu Anfang des Jahres deutlich langsamer abgefallen. Ab Mai ist zudem auffällig, dass die deutsche Zeitreihe deutlich stärker unter ihr Januar-Niveau abgefallen ist als die europäische Zeitreihe und dieses auch noch nicht wieder erreicht hat.

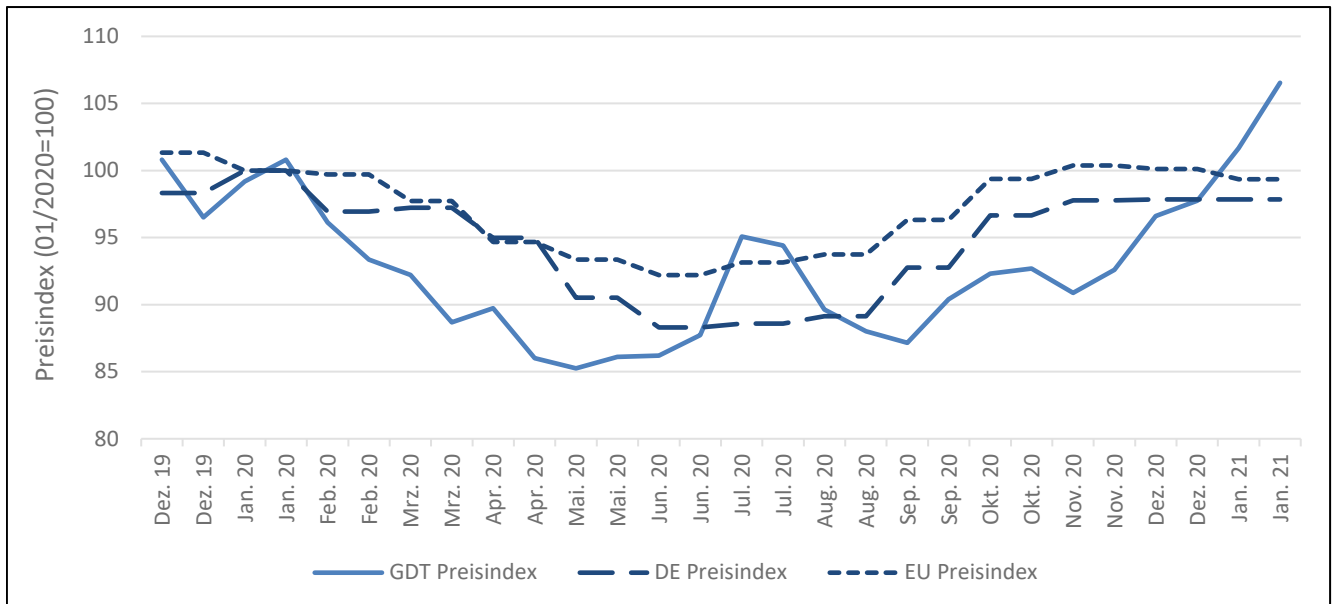
Der Vergleich mit den Preisentwicklungen in den wichtigen Märkten USA und Neuseeland lässt die europäischen Preisschwankungen als gering erscheinen (vgl. Abbildung 13). Vor allem der US-Milchpreis war von extremen Preisschwankungen geprägt. Auch der neuseeländische Milchpreis fiel deutlich stärker ab und hat noch nicht wieder das Vorjahresniveau erreicht. Im Vergleich zu den Vorjahren sind die Schwankung der US-Zeitreihe in 2020 außergewöhnlich stark. Die neuseeländischen und europäischen Schwankungen waren 2020 hingegen im normalen Rahmen oder noch geringer.

Abbildung 11. Entwicklung Milchrohstoffwert und Milchpreis



* Der Milchrohstoffwert (MRW) setzt sich aus den Preisen für Butter und MMP (Fett- und Eiweißkomponente der Milch), abzüglich Verarbeitungskosten zusammen. Der MRW zu Exportpreisen Westeuropas wird hier als "virtueller Weltmilchpreis" bezeichnet.
Quelle: EUROPÄISCHE KOMMISSION (2020g)

Abbildung 12. Entwicklung verschiedener Milchpreisindizes

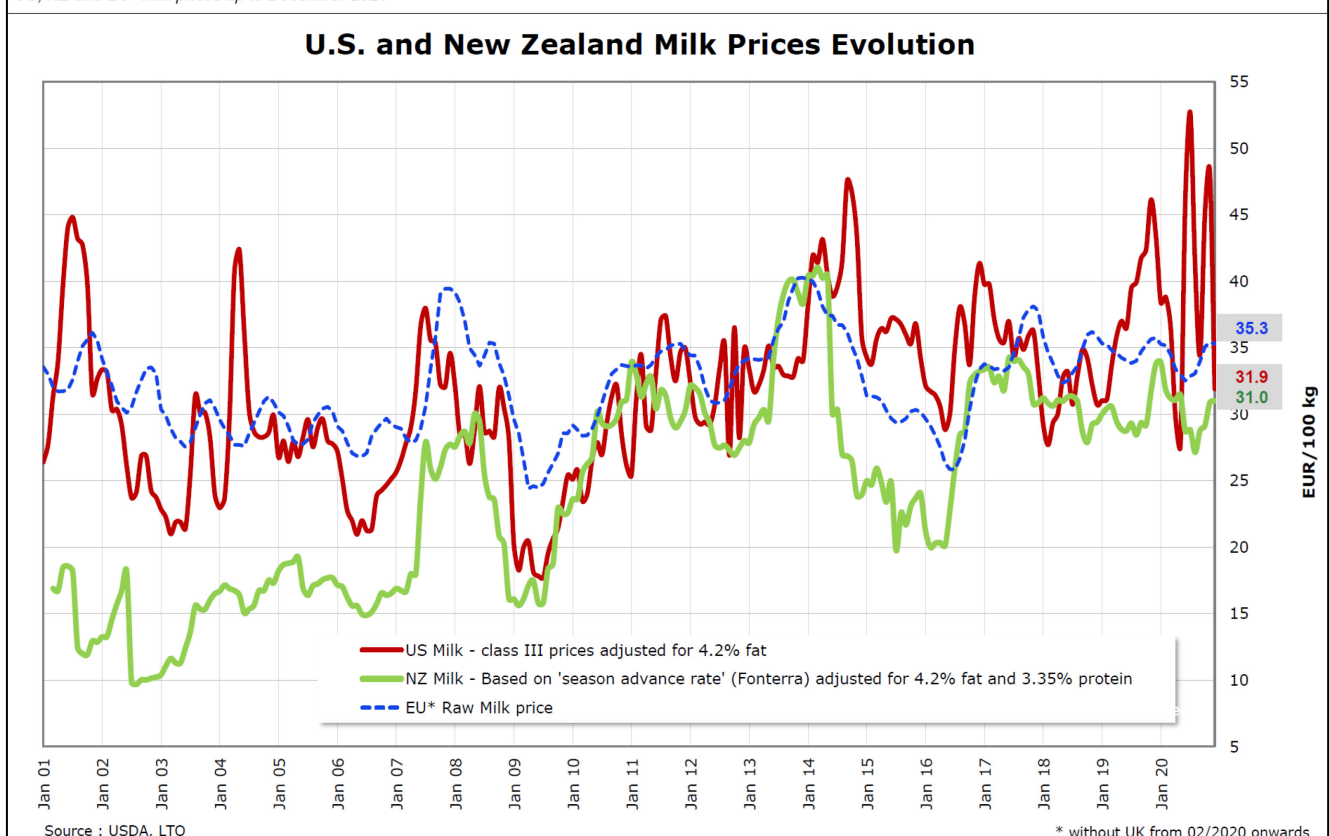


Der Global Dairy Trade Price Index ist ein gewichtetes Mittel der gezahlten Preise aller gehandelten Milchprodukte im Handelsportal. Die europäischen und deutschen Preisindizes sind für Rohmilch.

Quelle: GDT (2021), EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021h)

Abbildung 13. Entwicklung der internationalen Milchpreise

US, NZ and EU* milk prices up to December 2020



Quelle: EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021i)

5 Klimalabelling als Herausforderung

Etwa ein Fünftel der Klimabelastung eines/einer Bürgers*in in Deutschland wird durch Lebensmittel verursacht (WBAE UND WBW, 2016). Aus verschiedenen Gründen ist die Landwirtschaft vom EU-Emissionshandelssystem und von der in Deutschland für 2021 gestarteten CO₂-Steuer ausgenommen. Umso wichtiger ist es, geeignete Instrumente für den Klimaschutz im Lebensmittelbereich zu entwickeln. Ein marktorientiertes und wenig eingriffstiefes Instrument ist das Labelling. Die realistische Einschätzung der Klimawirkung einzelner Lebensmittel ohne Labelling ist für die Konsumenten*innen derzeit kaum möglich, sodass im Jahr 2020 verschiedene Entwicklungen zur Kennzeichnung der Klimafreundlichkeit von Lebensmitteln in Gang gekommen sind (vgl. Kapitel 2.3). Die Milchwirtschaft steht dabei aufgrund des Methanausstoßes besonders im Fokus. Abbildung 14 stellt die wichtigsten heute diskutierten Formen eines Klimalabels vor. Deutlich wird, dass derzeit noch sehr unterschiedliche Konzepte im Wettbewerb zueinander stehen.

Ein Klimalabel könnte die Transparenz für Verbraucher*innen erhöhen und auch in der Lebensmittelwirtschaft für mehr Aufmerksamkeit in Bezug auf den Klimaschutz sorgen. In der Milchwirtschaft ist Arla derzeit besonders aktiv. Gropper kombiniert Tierschutz- und Klimalabel. Unilever hat eine Klimakennzeichnung für sein globales Geschäft angekündigt. In der Gemeinschaftsverpflegung sind es führende Anbieter, wie Dussmann und Sodexo, die erste

Gerichte labeln. Ein wichtiger Treiber dieser Entwicklungen ist das Beratungsunternehmen Eaternity, das Daten für Produkte und Mahlzeiten bereitstellt.

In Deutschland hat sich, nach einer erfolgreichen Unterschriftenkampagne des schwedischen Unternehmens Oatly, der Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages im Herbst 2020 mit dem Thema Klimalabel beschäftigt. Auch auf EU-Ebene wurde das Thema im Rahmen der im Mai 2020 veröffentlichten Farm-to-Fork-Strategie aufgerufen. Bis 2024 soll ein Vorschlag für ein „Sustainable Food-Labelling-Framework“ vorgelegt werden, der die Kennzeichnung der Treibhausgasemissionen umfassen soll (EC, 2020). Es kommt also Bewegung in die Diskussion (Klimalabelling 2.0), nachdem erste Versuche vor rund 10 Jahren u.a. an der noch nicht ausgereiften Methodik, fehlenden Daten und hohen Kosten gescheitert waren. Inzwischen sind Methoden zu Berechnung der Treibhausgasemissionen, Datenbasis und Labelmodelle aber weiterentwickelt worden.

Besonders unklar ist allerdings, welche Kennzeichnungssystematik (vgl. Abbildung 14) sich durchsetzen wird. Das derzeitige Nebeneinander gänzlich unterschiedlicher Ansätze dürfte zur weiteren Verbraucherverwirrung im Bereich der Nachhaltigkeitslabel beitragen. Der Wissenschaftliche Beirat beim BMEL (WBAE, 2020) hat sich für ein farblich interpretatives Label ausgesprochen. Aus Sicht der Milchwirtschaft sind aber Label attraktiver, die – wie z.B. CO₂-Neutral – die tatsächlichen Treibhausgasemissionen der Produkte für die Kunden nicht deutlich werden lassen.

Abbildung 14. Unterschiedliche Formen des Klimalabellings

Typ	Kompensations-Label	Reduktions-Label	Best-in-Class-Label	Mehrstufiges, interpretatives Label	CO ₂ -Äquivalente	Mehrstufiges, interpretatives Label + CO ₂ -Äquivalente
Was wird gekennzeichnet?	Kompensation der Treibhausgase	Reduktion der vorherigen THG-Emissionen um einen bestimmten Prozentsatz	THG-Emissionen sind signifikant niedriger als der Durchschnitt der Warengruppe oder Marktführer	Bewertung der (absoluten) THG-Emissionen mittels farblicher Kennzeichnung	CO ₂ -Foodprint, Treibhausgasemissionen (absoluter Wert in kg)	Bewertung der (absoluten) THG-Emissionen mittels farblicher Kennzeichnung und absoluter Wert in kg
Claim	„Klimaneutral“	„X % weniger Treibhausgase“	„Besonders klimafreundlich“	Ampelfarben: Dunkelgrün = sehr geringe THG usw.	THG in kg CO ₂ -e/kg Produkt	Ampelfarben und THG in kg CO ₂ -e/kg
Beispiel	Atmosfair, climate partner	Arla Foods	Climatop, Carbon trust lower carbon	Vergleichbar zum Nutri-Score	Oatly	Vorschlag SPILLER et al.
Beurteilung	Fördert Produktverbesserungen, aber keine Ernährungsstiländerungen.	Fördert Produktverbesserungen, aber keine Ernährungsstiländerungen.	Fördert Produktverbesserungen, aber keine Ernährungsstiländerungen.	Für Verbraucher leicht verständlich, motivierend, fördert Ernährungsstiländerungen, aber grobe Einteilung.	Fördert Ernährungsstiländerungen, exakt, verlangt hohes Involvement.	Farbskala für wenig involvierte Verbraucher*innen, Detailwerte als Wettbewerbsanreiz

Quelle: LEMKEN et al. (2021)

Literatur

- AHDB (Agriculture and Horticulture Development Board) (2019): US to impose higher tariffs on EU dairy products. <https://ahdb.org.uk/news/us-to-impose-higher-tariffs-on-eu-dairy-products>, Abruf: 11.02.2021.
- AMI (Agrarmarkt Informationsgesellschaft) (2020): Verbraucher kaufen mehr Milchprodukte. https://www.ami-informiert.de/ami-maerkte/maerkte/ami-milchwirtschaft/t/ami-meldungen-milchwirtschaft/single-ansicht?tx_aminews_singleview%5Baction%5D=show&tx_aminews_singleview%5Bcontroller%5D=News&tx_aminews_singleview%5Bnews%5D=20254&cHash=a231063a63607bcb40a7bb831142b3a8, Abruf: 26.01.2021.
- BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2021a): Preise für konventionell erzeugte Kuhmilch 2019/2020. https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMilchpreiseMonat2020.html?nn=8906974, Abruf: 16.02.2021.
- (2021b): Preise für ökologisch/biologisch erzeugte Kuhmilch 2019/2020. https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMilchpreiseMonat2020.html?nn=8906974, Abruf: 16.02.2021.
- (2021c): Herstellung von ausgewählten Milcherzeugnissen nach Monaten. https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMonatlicheErgebnisse2020.html, Abruf: 16.02.2021.
- (2021d): Herstellung von ausgewählten ökologisch/biologisch erzeugten Milchprodukten nach Monaten. https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMonatlicheErgebnisse2020.html, Abruf: 16.02.2021.
- (2021e): Kuhmilchlieferrung der Erzeuger an deutsche milchwirtschaftliche Unternehmen. https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMonatlicheErgebnisse2020.html, Abruf: 16.02.2021.
- BÖLW (Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft) (2021): Branchenreport 2021. Ökologische Landwirtschaft. <https://www.boelw.de/news/die-bio-branche-2021/>, Abruf: 17.02.2021.
- BUSCH, G., E. BAYER, S. IWEALA, C. MEHLHOSE, A. RISIUS, C. RUBACH, A. SCHÜTZ, K. ULLMANN und A. SPILLER (2021): Einkaufs- und Ernährungsverhalten sowie Resilienz des Ernährungssystems aus Sicht der Bevölkerung: Eine Studie während der Corona-Pandemie im November 2020. Ergebnisse der dritten Befragungswelle. Veröffentlichung in Vorbereitung.
- BUSCH, G., E. BAYER, A. GUNARATHNE, S. HÖLKER, S. IWEALA, K. JÜRKENBECK, D. LEMKEN, C. MEHLHOSE, M. OHLAU, A. RISIUS, C. RUBACH, A. SCHÜTZ, K. ULLMANN und A. SPILLER (2020a): Einkaufs- und Ernährungsverhalten sowie Resilienz des Ernährungssystems aus Sicht der Bevölkerung: Ergebnisse einer Studie während der Corona-Pandemie im April 2020. Diskussionsbeitrag Nr. 2003. Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen.
- BUSCH, G., E. BAYER, S. IWEALA, C. MEHLHOSE, C. RUBACH, A. SCHÜTZ, K. ULLMANN und A. SPILLER (2020b): Einkaufs- und Ernährungsverhalten sowie Resilienz des Ernährungssystems aus Sicht der Bevölkerung: Eine Studie während der Corona-Pandemie im Juni 2020. Ergebnisse der zweiten Befragungswelle. Diskussionsbeitrag Nr. 2004. Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen.
- COLQUITT, J.A., D.E. CONLON, M.J. WESSON, C.O.L.H. PORTER und K.Y. NG (2001): Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. In: Journal of Applied Psychology 86 (3): 425-445.
- DBV (Deutscher Bauernverband) (2020): Situationsbericht 2020/21 Trends und Fakten zur Landwirtschaft. <https://www.bauernverband.de/situationsbericht>, Abruf: 28.01.2021.
- DESTATIS (Statistisches Bundesamt) (2021a): GENESIS Online Datenbank: 41311-0001. Gehaltene Tiere: Deutschland, 2009-2019, Rinder 2 Jahre und älter, Milchkühe. <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 19.02.2021.
- (2021b): Genesis Online Datenbank: 41311-0003. Betriebe: Deutschland, 2009-2019, Rinder 2 Jahre und älter, Milchkühe. <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>, Abruf: 19.02.2021.
- (2021c): Genesis Online Datenbank 61111-0004. Verbraucherpreisindex für Deutschland. Verbraucherpreisindex: Deutschland, Monate, Klassifikation der Verwendungszwecke des Individualkonsums (COICOP 2-/3-/4-/5-/10-Steller/Sonderpositionen). <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1611143056786&auswahloperation=abrufabelleAuspraegungAuswahlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=61111-0006&auswahltext=&nummer=6&variable=6&name=CC13Z1&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb>, Abruf: 20.02.2021.
- (2021d): Inflationsrate 2020: +0,5 % gegenüber dem Vorjahr Inflationsrate bleibt im Dezember 2020 im Minus mit -0,3 %. Pressemitteilung Nr. 25 vom 19. Januar 2021. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/01/PD21_025_611.html, Abruf: 20.01.2021.
- Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (2019): Rinderreport 2019: Rheinland-Pfalz und Saarland. <https://www.dlr-rheinpfalz.rlp.de/Tierhaltung-Tierzucht/Fachinformationen/Rinder/Oekonomie-und-Management/Rinderreport2019Rheinland-PfalzundSaarland>, Abruf: 18.02.2021.
- DMW (Die Milchwirtschaft) (2020a): Klima-Check-Programm von Arla findet großen Zuspruch. In: Die Milchwirtschaft 2020 (16-17): 444.
- (2020b): Preisdifferenz zwischen konventioneller Milch und Biomilch wächst. In: Die Milchwirtschaft 2020 (16-17): 415.
- EUROPEAN COMMISSION (2020): Farm to Fork Strategy. For a fair, healthy and environmentally-friendly food system. https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf, Abruf: 20.02.2021.
- EDF COST OF PRODUCTION COMPARISON (2020): Daten bereitgestellt von den European Dairy Farmers e.V., Rendsburg.
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2021a): Milk Market Observatory: EU deliveries of raw milk. <https://ec.europa.eu/>

- info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/eu-raw-milk-deliveries_en.pdf, Abruf: 11.02.2021.
- (2021b): Milk Market Observatory: COVID-19: emergency private storage measures. <https://circabc.europa.eu/sd/a/aacdf67-6e5e-4f84-8f3a-b61b10f38d42/PSA-covid19.pdf>, Abruf: 11.02.2021.
 - (2021c): Milk Market Observatory: Main dairy products. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/eu-production-main-dairy-products_en.pdf, Abruf: 11.02.2021.
 - (2021c): Milk Market Observatory: EU Monthly productions of dairy products. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/eu-production-main-dairy-products-summary_en.xls, Abruf: 11.02.2021.
 - (2021d): Milk Market Observatory: Intra-EU trade (EU and Member States). https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/eu-dairy-intra-trade_en.pdf, Abruf: 11.02.2021.
 - (2021e): Milk Market Observatory: World trade of main competitors. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/milk-trade-main-competitors_en.pdf, Abruf: 11.02.2021.
 - (2021f): Milk Market Observatory: EU Production Stocks. https://ec.europa.eu/agriculture/market-observatory/milk/latest-statistics/productions-stocks_en, Abruf: 29.01.2021.
 - (2021g): Milk Market Observatory: EU market prices for representative products. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/market-prices-dairy-products_en.xls, Abruf: 11.02.2021.
 - (2021h): Milk Market Observatory: EU Prices of raw milk. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/eu-raw-milk-prices_en.pdf, Abruf: 15.02.2021.
 - (2021i): Milk Market Observatory: World Prices of raw milk. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/world-raw-milk-prices_en.pdf, Abruf: 15.02.2021.
- EUROSTAT (2021): Erzeugung von Kuhmilch. <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/product/page/TAG00037>, Abruf: 02.02.2021.
- FAO (2020): Dairy market review - Emerging trends and outlook. <http://www.fao.org/3/cb2322en/CB2322EN.pdf>, Abruf: 05.02.2021.
- GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) (2020a): Milch-reduzierer bieten Alternativen für Wachstum. Consumer Index Total Grocery 07/2020. <https://www.gfk.com/de/insights/consumer-index-juli-2020>, Abruf: 13.01.2021.
- (2020b): Die feinen Unterschiede. Consumer Index Total Grocery 11/2020. <https://www.gfk.com/de/insights/consumer-index-november-2020?hsLang=de>, Abruf: 26.01.2021
 - (2020c): Leuchten am Horizont. Consumer Index Total Grocery 12/2020. <https://www.gfk.com/de/insights/consumer-index-dezember-2020?hsLang=de>, Abruf: 29.01.2021.
- HUNECKE, C., C. MEHLHOSE, G. BUSCH, A. SPILLER und B. BRÜMMER (2020): Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse im Jahr 2019 In: German Journal of Agricultural Economics 69 (Supplement): 67-92.
- ITC (International Trade Centre) (2021): Trade Map - Trade statistics for international business development. <http://www.trademap.org>, Abruf: 28.01.2021.
- GDT (Global Dairy Trade): GTD Events Results. <https://www.globaldairytrade.info/en/product-results/>, Abruf: 10.02.2021.
- LEBENSMITTEL PRAXIS (2020): Top 30 Ranking. Konzentriert. <https://lebensmittelpraxis.de/zentrale-management/26641-top-30-ranking-konzentriert.html>, Abruf: 27.01.2021.
- LEBENSMITTEL ZEITUNG (2020): Klimaneutrale Aldi-Milch von Gropper. In: Lebensmittel Zeitung 2020 (50): 16.
- LEMKEN, D., A. ZÜHLSDORF und A. SPILLER (2021): Carbon footprint label 2.0: Open questions and first recommendations for a label on food. Publikation im Review-Verfahren.
- MILCH-MARKETING (2021a): Ab 2021 klimaneutral. In: Milch-Marketing 2021 (1): 8.
- (2021b): Der NEUE Bauer. In: Milch-Marketing 2021 (1): 48.
 - (2020a): LEH legt im Food-Umsatz zu. In: Milch-Marketing 2020 (11): 9.
 - (2020b): Joghurt - Ein Klassiker im Wandel. In: Milch-Marketing 2020 (11): 18.
 - (2020c): Milchschaum von Meisterhand. In: Milch-Marketing 2020 (11): 32.
 - (2020d): Für die dunkle Jahreszeit. In: Milch-Marketing 2020 (11): 34.
 - (2020e): Milch geht in die Offensive In: Milch-Marketing 2020 (12): 11.
 - (2020f): Desserts beflügeln die Mopro-Kategorien. In: Milch-Marketing 2020 (12): 13.
 - (2020g): Dynamische Frischdesserts In: Milch-Marketing 2020 (12): 18ff.
 - (2020h): Milch bleibt Milch. In: Milch-Marketing (2020) (12): 32-33.
 - (2020i): Die Verbrauchermilch. In: Milch-Marketing (2020) (12): 34-35.
 - (2020j): Rein pflanzliche Eigenmarke. In: Milch-Marketing 2020 (12): 43.
 - (2020k): „Life is soyummy“. In: Milch-Marketing 2020 (12): 44-45.
- MIV (Milchindustrieverband) (2020): Die wichtigsten milchwirtschaftlichen Daten 1990-2020. <https://milchindustrie.de/marktdaten/erzeugung/>, Abruf: 28.01.2021.
- SPILLER, A. und G. BUSCH (2020): Bauernproteste gegen den Handel: einige wichtige Punkte – aber leider zu einfach gedacht. Agrardebatten. <https://agrardebatten.blog/2020/12/15/bauernproteste-gegen-den-handel-kommen-tar/>, Abruf: 18.02.2021.
- SPILLER, A., A. ZÜHLSDORF, K. JÜRKENBECK und M. SCHULZE (2021): Fleischkonsum bei jungen Erwachsenen, Studie Universität Göttingen, in Vorbereitung.
- RABOBANK (2020): Global Dairy Top 20. https://research.rabobank.com/far/en/sectors/dairy/dairy_top_20_2020.html. Abruf: 28.01.2021.
- TOP AGRAR (2020a): Milchmarkt unter Corona-Druck. In: Top Agrar 2020 (09): 130ff.
- (2020b): Mehr Geld mit Spezialmilch? In: Top Agrar 2020 (12): 6-9.

- USDA-ERS (United States Department of Agriculture - Economic Research Service) (2021): Trade. <https://www.ers.usda.gov/topics/animal-products/dairy/trade/>, Abruf: 11.02.2021.
- USDA-FAS (United States Department of Agriculture - Foreign Agricultural Service) (2020a): Dairy and Products Annual - European Union. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Warsaw_European%20Union_10-15-2020, Abruf: 19.01.2021.
- (2020b): Dairy and Products Annual - New Zealand. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Wellington_New%20Zealand_10-15-2020, Abruf: 19.01.2021.
- (2020c): Dairy and Products Annual - Australia. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Canberra_Australia_10-15-2020, Abruf: 19.01.2021.
- (2020d): Dairy and Products Annual - Japan. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Warsaw_European%20Union_10-15-2020, Abruf: 19.01.2021.
- (2020e): Dairy and Products Annual - Mexico. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Mexico%20City_Mexico_10-15-2020, Abruf: 19.01.2021.
- (2020f): Dairy and Products Annual - Russia. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Moscow_Russian%20Federation_10-15-2020, Abruf: 05.02.2021.
- (2020g): Dairy: World Markets and Trade. December 2020. <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/dairy.pdf>, Abruf: 19.01.2021.
- (2020h): Dairy and Products Annual - Philippines. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Manila_Philippines_10-15-2020, Abruf: 05.02.2021.
- (2020i): Dairy and Products Annual - Indonesia. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Jakarta_Indonesia_10-15-2020, Abruf: 05.02.2021.
- USDA-NASS (United States Department of Agriculture – National Agricultural Statistics Service) (2021a): Economics, Statistics and Market Information System: Cold Storage. <https://usda.library.cornell.edu/concern/publications/pg15bd892?locale=en>, Abruf: 29.01.2021.
- (2021b): Economics, Statistics and Market Information. <https://usda.library.cornell.edu/concern/publications/m326m1757?locale=en>, Abruf: 29.01.2021.
- WBAE (Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz) (2020): Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und die Ernährungsumgebung verbessern. Gutachten. Berlin.
- WBAE UND WBW (Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz und Wissenschaftlicher Beirat für Waldpolitik) (2016): Klimaschutz in der Land- und Forstwirtschaft sowie den nachgelagerten Bereichen Ernährung und Holzverwertung. Gutachten. Berlin.
- ZMB (Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH) (2020): Jahresrückblick 2020 Milchmarkt 2020: Nachfrage während Corona-Pandemie robust. <http://www.milk.de/pages/de/Marktinformation.htm>, Abruf: 21.01.2021.

Kontaktautorin:

CLARA MEHLHOSE

Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte
Departement für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
Georg-August-Universität Göttingen
Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen
E-Mail: clara.mehlhose@agr.uni-goettingen.de