



Presse-Info 1/22

12. Januar 2022

Der NRW-Milchmarkt 2021 Bringt weniger mehr?

Bischofstraße 85
47809 Krefeld

Telefon: 0 21 51-41 11-400

Telefax: 0 21 51-41 11-499

info@milch-nrw.de

www.milch-nrw.de

Krefeld. Bringen weniger Kühe und weniger Milch im NRW-Milchjahr 2021 die ersehnte Trendwende und mehr Wertschöpfung? „Die Perspektiven für 2022 sind relativ gut“, so Benedikt Langemeyer, Westfälischer Vorsitzender der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. (Milch NRW), in der digitalen Jahrespressekonferenz. Allerdings spielen die weltweite Produktion, das Handeln der neuen Bundesregierung und die Weiterentwicklung der Kostensituation für die Branche eine wesentliche Rolle. „Die Grundvoraussetzung für eine regionale, nachhaltige Milcherzeugung ist für NRW gegeben und wird durch den gesellschaftlichen Wertewandel sogar gestärkt“, betont der Rheinische Vorsitzende Hans Stöcker. „Im Binnenmarkt kommt es nun darauf an, dass der Handel die Kosten in der Kette berücksichtigt, Gewinne weitergibt und nicht als Inflationsbremse missbraucht.“ Bislang habe die Milchbranche die Coronazeit auch im zweiten Jahr in Folge gut gemeistert, so Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt. Die Mitte 2021 eingesetzte deutliche Marktbelebung auf den nationalen und internationalen Märkten dürfte auch in 2022 anhalten. Aufgrund rückläufiger Betriebs- und Kuhzahlen ist auch im kommenden Jahr eine eher verhaltene bis rückläufige Milchanlieferung in Deutschland und NRW zu erwarten. Damit wären die Voraussetzungen für weiterhin hohe und stabile Milchpreise gegeben. Dennoch warten auch in 2022 vielfältige Herausforderungen auf die deutschen Milcherzeuger und Molkereien. Die gesellschaftlichen und politischen Diskussionen um Natur-, Klima-, Insektenschutz, Tierwohl, Kälberhaltung und bauliche Anpassungen werden weitergehen und viele Kraftanstrengungen von Milcherzeugern und Molkereien verlangen. Die Milcherzeuger sind bereit, diesen Weg mitzugehen, müssen die erheblichen Mehraufwendungen aber entweder über den Milchpreis oder über gezielte Zahlungen ausgeglichen bekommen. Einen Ansatz bietet die anstehende Einführung einer Haltungsstufenkennzeichnung bei einem Teil der Konsummilch. Herausforderungen kommen auch aufgrund der veränderten Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher auf die Milchwirtschaft zu. Bisher fand eine „Verschiebung“ von Produkten innerhalb der Milchfamilie statt. So griff der Verbraucher anstatt zur konventionellen Trinkmilch vermehrt zu Spezialmilchen wie Bio- oder Weidemilch. Durch den enormen Marketingaufwand, den die Hersteller von Milchimitaten (Hafer-, Sojadrinks etc.) betreiben, ist ein regelrechter Hype um diese Milchalternativen entstanden. Bei enormen Wachstumsraten haben die Milchalternativen mittlerweile einen Anteil von bis zu 10 % am Trinkmilchsegment. Noch kann niemand sagen, wie sich diese Entwicklung fortsetzt. Viele Molkereien setzen auf diese Nische und holen somit einen Teil der Wertschöpfung in die Branche zurück.

NRW-Milchmarkt kompakt

Die in NRW konventionell erzeugte Milchmenge (Jan.-Okt. 2021) ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 % gesunken und bewegt sich damit ähnlich wie auf Bundesebene (-2 %). Die Verbraucherpreise für Milchprodukte haben alle moderat angezogen. Bei Butter und Milchfett ist zu beobachten, dass diese das ganze Jahr 2021 über als stetig steigend an der Börse notiert wurden. Für den Verbraucher lagen die Preise für Butter (250 g, als Handelsmarke) 4,9 % über dem Vorjahresniveau also pro Päckchen im Schnitt bei 1,49 € (Jan.-Okt. 2021) und derzeit bei 1,65 €. Der Absatz von Milch und Käse ist in Deutschland in 2021 (Jan.-Okt.) über das gesamte Sortiment der weißen und gelben Linie zurückgegangen. Zuwächse sind lediglich bei Bio-Trinkmilch (+3,3 %) und wiederholt stark bei Weidemilch (+21,1 %) im Vorjahresvergleich zu verzeichnen. Die Auszahlungspreise bewegten sich in NRW im Jahr 2021 mit 34,28 Cent pro kg konventioneller Milch (4,0 % Fett/3,4 % Eiweiß) mit einem Plus von 6,5 % bzw. 2,09 Cent/kg über dem Vorjahresniveau.

Pressekontakt:

Frank Maurer, Tel.: 02151-4111-410
Leitung
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit