

Verarbeitung von (Bio)Milch in Ostfriesland

Kurzfassung/ Status Quo und Ausblick März 2004 (OsnM/ Jens Albowitz)

Aufgabe/ Inhalte der Stufe 1 (11/2002-03/2003):

- Aufgabe der 1. Stufe war es, gemeinsam mit den betroffenen Akteuren und regionalen wie überregionalen Fachleuten im Bereich Bio-Milch, eine Strategie für den Aufbau/ die Stärkung der Verarbeitung von Bio-Milch in Ostfriesland zu entwickeln.

Ergebnis der abgeschlossenen Stufe 1 „Vernetzung der Akteure“:

- Der Kernpunkt der Strategie lautet –
 - a) kurzfristig: Stärkung und Ausbau der Hofverarbeitung im Bereich (Bio-)Milch;
 - b) langfristig: pasteurisieren der Bio-Milch in vorhandener Molkerei und Weiterverarbeitung zu Bio-Milch-Produkten in einem Milchverarbeitungsbetrieb (weniger Auflagen und geringere Investitionskosten und daher wirtschaftlich sinnvoller als eine „neue Bio-Molkerei“)

Ziele der Stufe 2 – Phase 1 (04-11/2003):

- Die gemeinsam entwickelte und getragene Strategie galt es nun in der Stufe 2 des Projektes „Verarbeitung von (Bio-)Milch“ zu festigen, und zwar durch die detaillierte Analyse der Vermarktung von Milch aus Ostfriesland in den Bereichen Bio, konventionell und regional – diese „Zuarbeit“ für die Projekte „Vermarktungsagentur“ und „Dachmarke“ im Bereich der Milchwirtschaft wurde im Antrag zur Stufe 1 bereits als Aufgabe für die Stufe 2 benannt („regional- und betriebswirtschaftliche Machbarkeitsstudie“)
- Diese detaillierte Analyse des Marktes ist notwendig, wenn die Verarbeitung von (Bio-)Milch in der Region Ostfriesland gestärkt werden soll. Der Bereich der Milcherzeugung hat die größte wirtschaftliche Bedeutung im Bereich der ostfriesischen Lebensmittelerzeugung (ca. 200.000 Milchkühe liefern jährlich ca. 1,3 Mrd. kg Milch; der „Erzeugerumsatz“ liegt bei etwa 420 Mio. Euro). Es werden zwar 65% der Milch in der Region verarbeitet, davon aber 42% von der Ammerland e.G. in Wiefelstede und 21% von Rucker's in Aurich. Weniger als 0,1% werden direkt am Hof verarbeitet, so dass ein Grossteil der Wertschöpfung aus der Verarbeitung und Vermarktung in andere Regionen „abgegeben“ wird („fehlender“ Umsatz von ca. 500 Mio. Euro/ Jahr)

Stärkung der Hofverarbeitung als regionale Wirtschaftsförderung/ betriebliche Existenzsicherung:

- Die deutsche Milchwirtschaft steht in einem starken globalen Wettbewerb (Preisdruck des Handels). Sie ist insbesondere abhängig von den Vorgaben der EU. Feste Lieferverträge mit den Molkereien verhindern/ hemmen den Aufbau neuer regionaler (Bio-)Molkereien und steigern somit die „Abhängigkeit“ der Erzeuger von wenigen Großmolkereien. Diesen Globalisierungstendenzen muss die regionale Wirtschaftsförderung entgegenwirken.
- Die Hofverarbeitung bietet aus unserer Sicht ein großes Potential, die Existenz von Betrieben der bäuerlichen Landwirtschaft und damit die wirtschaftliche Wertschöpfung und damit verbundene Arbeitsplätze in Ostfriesland zu sichern (Beispiele aus der Region belegen dies). Zudem bedeutet die Markt-Profilierung von handwerklich erzeugten Milchprodukten aus Ostfriesland einen Imagegewinn für die „Milch aus Ostfriesland“ und damit für die Region.

Aufgaben/ Inhalte der Stufe 2, Phase 1:

1. Fachliche Mitarbeit/ Zuarbeit im Bereich Milchwirtschaft für die Projekte „Vermarktungsagentur“ und „Dachmarke“ (Analyse der Vermarktung von Milch aus Ostfriesland – Bio, konventionell und regional) – inkl. Befragung von Hofverarbeitern und regionalen Molkereien
2. Betriebswirtschaftliche Analyse der „Hofverarbeitung von Milch“ – um die Potentiale der „Hofverarbeitung von Milch“ besser einschätzen zu können, wurde vom Fachforum der Vorschlag eingebracht, eine betriebswirtschaftliche Analyse für diesen Bereich zu erstellen.

Ergebnis der abgeschlossenen Stufe 2, Phase 1:

- Die Mitarbeit im „Arbeitsgremium Dachmarke/ Vermarktungsagentur“ (AgDVa) hat sich als sehr Ziel führend erwiesen: Verarbeitung und Vermarktung müssen gemeinsam entwickelt werden – nur wenn der Absatz(weg) geklärt ist, ist eine Förderung der Verarbeitung sinnvoll.
- Die Analyse der Vermarktung von Milch aus Ostfriesland liefert wichtige Daten zur Milcherzeugung, zur Milcherfassung und zur Verarbeitung und Vermarktung der Milch/ Milchprodukte. Damit wurde die hohe regionale Bedeutung der Milchwirtschaft fassbar.

- Die betriebswirtschaftliche Analyse der „Hofverarbeitung von Milch“ liefert zahlreiche Hinweise zur Optimierung der Betriebswirtschaftlichkeit:
 - a) es ist ein Umsatz pro Betrieb von mindestens 60.000 € pro Jahr anzustreben;
 - b) die vorhandenen Anlagen müssen besser ausgelastet werden (z.Zt. nur 10-75%);
 - c) Produktionsverluste müssen vermieden werden durch Produktoptimierung usw.;
 - d) Kostensenkung je Produktionseinheit anstreben durch Begrenzung auf wenige Produkte;
 - e) Senken der Vermarktungskosten durch Kooperationen (andere Produzenten, Handel);
 - ➔ Bedeutend für den Betriebsgewinn ist augenscheinlich die Marktleistung (die „Einnahmen“, verwertbare Menge x Preis): „Stimmen“ Verkaufspreis und Absatz, so ist die Betriebswirtschaftlichkeit der Verarbeitung gegeben. Die „erfolgreiche Vermarktung“ ist damit wesentlicher Bestandteil der Betriebswirtschaftlichkeit der Verarbeitung.
 - ➔ Die Direktvermarktung (DV) erzielt höhere Verkaufspreise als die Vermarktung über den Einzel- und Großhandel. Es wird betrieblich zu klären sein, bei welchen Mengen die Differenz zwischen Nutzen und Kosten durch die DV am größten ist. Zur Stärkung der Hofverarbeiter muss es gelingen, diese „betriebswirtschaftliche Grenze der DV“ höher zu setzen.
 - ➔ Die Produktionsmengen über dieser „Grenze der DV“ müssen über den Einzel-/ Großhandel abgesetzt werden – Ziel: 100%-ige Auslastung der Verarbeitungskapazitäten.
- Der Kontakt zu den regionalen (Hof-)Käsereien und Molkereien lieferte wichtige Informationen zu den vorhandenen Mengen und Kapazitäten:
 - a) es gibt ca. 10 Hofverarbeiter und 2-3 regionale Molkereien (je nach Definition);
 - b) Von den Hofkäsereien/ -molkereien in Ostfriesland werden pro Woche 14.350 Liter Milch verarbeitet, das sind lediglich 0,05% (746.200 L/ Jahr) der insgesamt in Ostfriesland erzeugten Milch. Damit verarbeiten die Betriebe ca. 33% der selbst erzeugten Milch. Die verarbeitete Milchmenge pro Hofkäserei/-molkerei reicht von 100 bis 7.600 L/ Woche.
 - c) Das Produktionspotential (die Verarbeitungskapazität) der Hofverarbeiter beträgt pro Woche ca. 32.220 Liter Kuhmilch, 3.000 Liter Ziegenmilch und 2.280 Liter Schafmilch.
 - d) Damit ergibt sich die pro Woche zusätzlich zum aktuellen Stand mögliche zu verarbeitende Menge „M“: 17.870 Liter Kuhmilch (124,5% des Status Quo; entspricht z.B. ca. 1.800 kg Käse; davon 550 kg Käse in Bio-Qualität [inkl. meedehof]), 2.100 Liter Ziegenmilch (233% des Status Quo, entspricht z.B. ca. 210 kg Käse), 1.000 Liter Schafmilch (76,9% des Status Quo; entspricht z.B. ca. 100 kg Käse, davon 32 kg Käse in Bio-Qualität).

Weitere Vorgehensweise in Stufe 2 und Stufe 3:

- Die nächsten Schritte in der Stufe 2 (Phase 2: Vermarktungsvorbereitung) und Stufe 3 (Umsetzung) sind wesentlich von den Ergebnissen der Projekte „Vermarktungsagentur“ und „Dachmarke“ abhängig. Folgende Bausteine werden nach der Stufe 2, Phase 1 vorgeschlagen:
 - a) Absatzförderung/ -sicherung: in Absprache mit den „Vermarktungsprojekten“ – konkrete Vorschläge: Verträge mit Großverbrauchern (Kantinen, Mensa usw.), Etablierung einer „Käsestraße Ostfriesland“, Stärkung des Verbraucherbewusstseins für regionale Milchprodukte (u.a. Besuch von Kindergärten, Messen), Regionalläden (auf der „grünen Wiese“), Post-/ Souvenirs-Versand oder Belieferung von Märkten/ Messen in NRW;
 - b) Qualifizierung der Hofverarbeiter: der Erfolg der Hofverarbeitung von Milch ist wesentlich von der Qualifizierung bzw. den Erfahrungen/ dem Know-how der Betriebsleiter abhängig; Qualifizierungsangebote stärken die Betriebswirtschaftlichkeit;
 - c) Arbeitsgruppe „Hofverarbeiter Milch aus Ostfriesland“: die neu zu gründende AG aus Hofverarbeitern, Vermarktern und beratenden Institutionen soll einen „kreditfähigen Geschäftsplan“ erarbeiten und schriftlich fixieren (inkl. Angebotsformulierung, „Findung der Macher“, Umsetzungsplanung und Marketingplanung);
 - d) Käse/ Milchprodukte aus Ostfriesland im regionalen LEH: ein regionaler Großhandel hat Interesse bekundet auch Käse/ Milchprodukte in sein „Regionalprogramm“ aufzunehmen – evtl. könnte der Prozess stärker angeschoben werden
 - e) Exkursion zu den regionalen (Hof-)Käsereien und Molkereien: die Exkursion soll den Mitgliedern der regionalen Partnerschaft einen Eindruck vom Stand der (Bio-) Milchverarbeitung in Ostfriesland sowie von den Entwicklungspotentialen vermitteln und eine breite regionale Unterstützung der Hofverarbeitung fördern;
 - f) Mitarbeit im Arbeitsgremium „Dachmarke/ Vermarktungsagentur“: (wie gehabt);
 - g) Produktentwicklung: bessere Abstimmung der Produkte und Entwicklung neuer Produkte mit besonderem regionalen Bezug – Ziel: qualitativ hochwertige, marktgerechte Produkte.