

Management

01.06.2008

Milchstreik

Editorial

Machtkonstellation unterbindet gerechten Interessenausgleich

Kein Landwirt schüttet seine Milch leichten Herzens weg. Wenn er sie dennoch in die Güllegrube einleitet oder an die Kälber verfüttert, so ist das ein deutlicher Hinweis auf den Ernst der Lage. Ursache sind die katastrophalen Preise, die ihrerseits wiederum auf der Marktdominanz des Einzelhandels beruhen.



Die Gründe der Misere, zum einen die katastrophale Preisentwicklung und zum anderen die steigenden Kosten, sind in den vergangenen Tagen hinreichend genannt worden. Aber warum sind die Preise eigentlich so schlecht? Wenn diese Frage im Raum steht, ist häufig der Zeitpunkt selbsternannter Wirtschaftsweiser gekommen, die dann altklug das Spiel zwischen Angebot

und Nachfrage anführen und mit dem Satz enden: „Der Markt gibt eben nicht mehr her.“ Bei einer oberflächlichen Betrachtung ist damit für viele die Diskussion beendet. „Aha, ein Wirtschaftsgesetz an dem sich nicht rütteln lässt.“

Aber ist dem wirklich so? Um eine Antwort darauf zu erhalten, muss man einfach einmal betrachten, wie die Preise zu Stande kommen. Maßgeblich sind die Preisverhandlungen zwischen Molkereien und Einzelhandel. Die Molkereien reichen die Ergebnisse nach Abzug eigener Kosten und Gewinnerwartungen an die Erzeuger weiter. Hier findet eigentlich keine große Preisdiskussion mehr statt. Es gibt lediglich je nach Wirtschaftsweise und Produktportfolio der Molkereien einen gewissen Spielraum für etwas höhere oder niedrigere Auszahlungspreise.

Und wie sehen die Verhandlungen zwischen Molkereien und Lebensmitteleinzelhandel (LEH) aus? Die Machtkonzentration im Einzelhandel bedeutet, dass die Molkereien gerade einmal einer handvoll Abnehmern gegenüber stehen. Laut Wirtschaftslexikon nennt sich diese Verhandlungsposition ein Oligopol. Das macht das Verhandeln schwer. Wenn man dann noch berücksichtigt, dass sich die beiden Seiten gebündelt gegenüber sitzen, dann trägt das fast monopolistische Züge. Da reicht dann ein Vorschlag aus den Reihen der abnehmenden Hand, an den sich die restlichen Abnehmer anlehnen, und die gesamten Verhandlungen werden zu einem Spiel mit ungleich verteilten Karten. Da sind dann sogar Konstellationen denkbar, dass bei einem geringen Angebot die Nachfragerseite den Preis diktiert, weil sie über die größere Marktmacht verfügt.

Als Beleg dafür kann man die Ereignisse des vergangenen Jahres betrachten. Butterberge und Milchseen waren abgetragen, das Angebot also über einen längeren Zeitraum geringer als die Nachfrage. Dennoch bewegte sich bei den Preisen wenig. Erst als mit dem asiatischen Raum ein Nachfrager ins Spiel kam, der nicht zum Reigen der großen europäischen Discounterketten gehörte, kam Musik ins Spiel.

Hinzu kommt eine weitere Ungereimtheit, die es eigentlich laut reiner Wirtschaftslehre nicht sein dürfte. Was passiert, wenn die Erzeuger mit dem

Preis der Molkerei nicht einverstanden sind? Dazu das Lehrbeispiel MEG Augsburg West. Der Abnehmer Müller verhandelt erst gar nicht lange, sondern kündigt nach dem Grundsatz „erst das Fressen, dann die Moral“ die Verträge. Das ist hart, schließlich haben sich ganze Erzeugergenerationen dem Unternehmen verpflichtet gefühlt, aber immer noch irgendwo im Rahmen trauriger wirtschaftlicher Gepflogenheiten. Laut reiner Lehre hätte die frei gewordene Milchmenge nun nach einer besseren Verwertung suchen können. Aber die meisten Molkereien mauerten, aus welchen Gründen auch immer. Wieder kein freies Marktspiel. Um so mehr Respekt verdienen MEG und Unterstützer, die Mut bewiesen und über eine Energieleistung auch zu einem versöhnlichen Ausgang beigetragen haben.

Und noch ein Drittes kommt hinzu: Milch ist ein schnell verderbliches Gut und Kühe lassen sich nicht wie Maschinen an- und abschalten. Das führt dazu, dass Landwirte in mehrjährigen Zyklen denken müssen. Angebotsmengen lassen sich nicht beliebig rauf und runter fahren. Das erzeugt Lieferzwänge die sich nicht von heute auf morgen durchbrechen lassen - es sei denn, wie jetzt in letzter Konsequenz umgesetzt - die Milch wird nach der Erzeugung wieder vernichtet. Auch aus diesem "biologischen" Produktionszwang heraus, kann ein Abnehmer Kapital schlagen, wenn er sich allein dem Kommerz und nicht Moral und Ethik verpflichtet fühlt.

Fazit: Wer hinter die Kulissen blickt, kann beim Milchmarkt an das Spiel freier Kräfte, wo Angebot und Nachfrage zum Vorteil aller Beteiligten zu einander finden und zu einer positiven Marktentwicklung beitragen, nicht mehr so recht glauben. Verwundern braucht das eigentlich keinen. Denn wer es ernst meint mit der Marktwirtschaft weiß, dass das Gesetz von Angebot und Nachfrage nicht nur eine Mengenkomponekte für das Produkt, also beispielsweise die Milch, enthält, sondern auch eine für Anbieter und Nachfrager. Stehen viele Anbieter einer kleinen Zahl von Abnehmern gegenüber, so besteht die Gefahr, dass der Anbieter zum reinen Rohstofflieferanten schrumpft und der Nachfrager das Marktgeschehen bestimmt. Der LEH hat aus dieser Konstellation einseitig Kapital geschlagen. Selbst wenn hier über einen ungebremsten Strukturwandel in den nächsten Jahren eine Halbierung der Anzahl der Milchbauern geschehen sollte, würde sich am Missverhältnis nur wenig ändern. Hier eine Kehrtwende einzuleiten, ist ein Anliegen des Streiks. So war ein zentraler Satz der Auftaktveranstaltung: "Wir wollen auf Augenhöhe verhandeln." Die Erzeuger haben hierzu ein Signal gesetzt. Bleibt noch die Frage: "Was kann auf Molkereiebene passieren?" Heute abend wird es hierzu ein erstes [Gespräch in Berlin](#) geben.

Ihr Ulrich Graf
Redaktionsleiter agrarheute.com

Lesen Sie hierzu auch

Milchliefersstopp: Ereignisse des Tages

REWE bereit zu Gesprächen über Milchlieferverträge

Milchbauern: 43 Cent für den Liter Milch sind "absolutes Muss"

Artikel



Kommentare

Sie können diesen Artikel kommentieren und mit agrarheute.com-Lesern und der Redaktion über das Thema diskutieren. Zum Kommentieren bitte **hier klicken**.

Sehr geehrter Herr Graf Vielen Dank für diesen hintergründigen und sehr objektiven und aufschlußreichen Kommentar zum Milchstreik. Sie haben die Punkte alle gut getroffen! Auf gut deutsch heißt es eigentlich für die Milchwirtschaft: Werbung für deutsche Milch in Asien zu machen und dort zu verkaufen! Vor einigen Jahren waren die fränkischen Weinerzeuger in einer ähnlichen Situation wie heute die Milchbauern! Durch sehr geschicktes Marketing und harter Arbeit hat sich die Winzergenossenschaft neue Märkte in Asien erschlossen. Heute ist der Frankenwein so begehrt und teuer, das man ihn schon fast in der Apotheke kaufen muss. Wir unterstützen aus Solidarität ab sofort auch die streikenden Milchbauern. Georg Duerrstein Satconsystem

Kommentar von Georg Duerrstein – 01. Juni 2008 um 14:05h
