



# Wie vermarkten wir 2030?

Impulsreferat zum DBV-Fachforum Milch 2020

Prof. Dr. Sebastian Hess

Fachgebiet Agrarmärkte  
Schloss Hohenheim, 70593 Stuttgart  
E-Mail: [s.hess@uni-hohenheim.de](mailto:s.hess@uni-hohenheim.de)

Webseite: <https://marktlehre.uni-hohenheim.de>

# Wie wurde bisher vermarktet?

Preis €/t

450

400

350

300

250

200

150

100

50

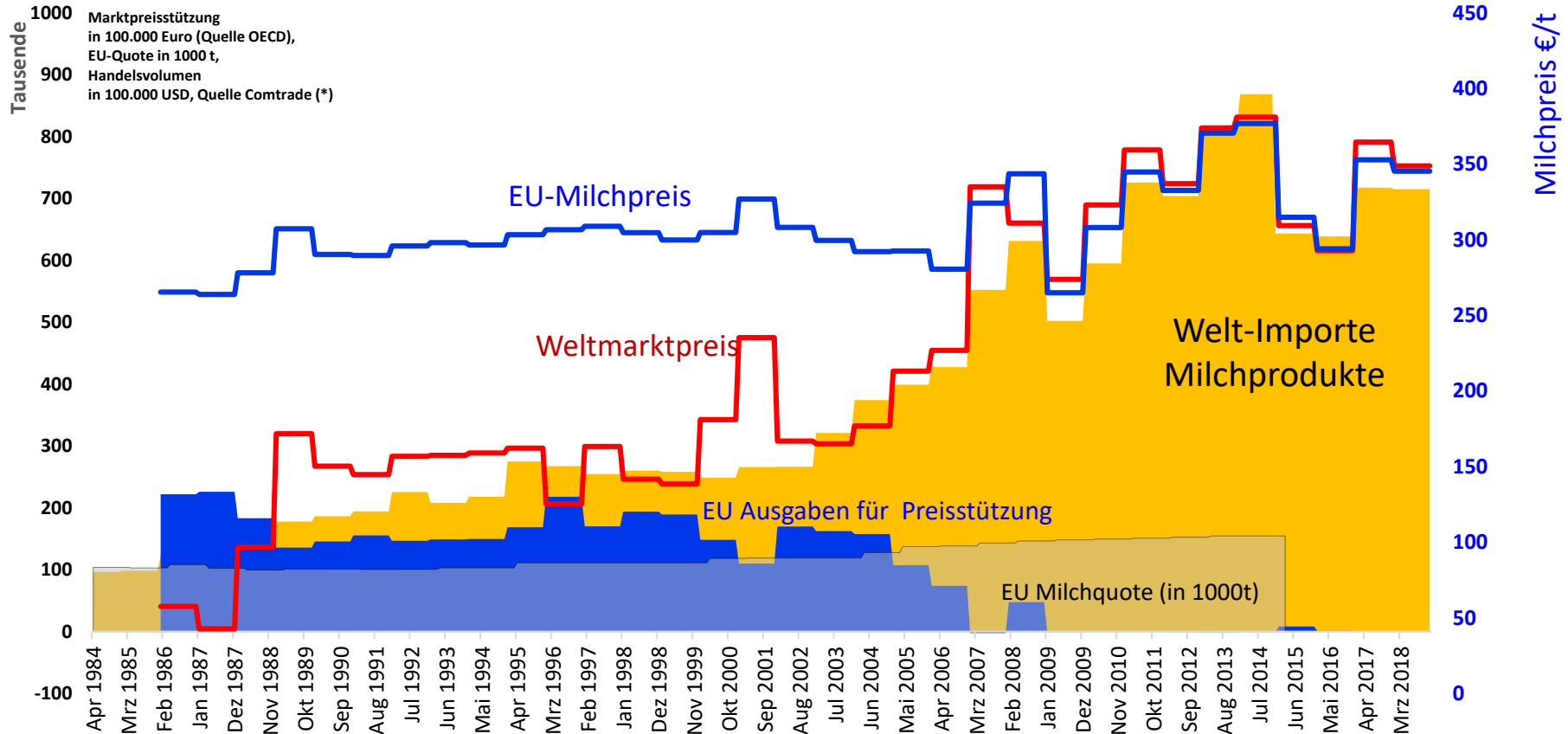
0

Apr 1984  
Mrz 1985  
Feb 1986  
Jan 1987  
Dez 1987  
Nov 1988  
Okt 1989  
Sep 1990  
Aug 1991  
Jul 1992  
Jun 1993  
Mai 1994  
Apr 1995  
Mrz 1996  
Feb 1997  
Jan 1998  
Dez 1998  
Nov 1999  
Okt 2000  
Sep 2001  
Aug 2002  
Jul 2003  
Jun 2004  
Mai 2005  
Apr 2006  
Mrz 2007  
Feb 2008  
Jan 2009  
Dez 2009  
Nov 2010  
Okt 2011  
Sep 2012  
Aug 2013  
Jul 2014  
Jun 2015  
Mai 2016  
Apr 2017  
Mrz 2018

EU-Milchpreis

Weltmarktpreis

# Wie wurde bisher vermarktet?



(\*) Eigene Darstellung. Erläuterung der Einheiten: 1986 zeigt die Skala ca. 10 Mrd. USD Importvolumen, 22 Mrd. € Preisstützung und 100 Mio. t Quote.

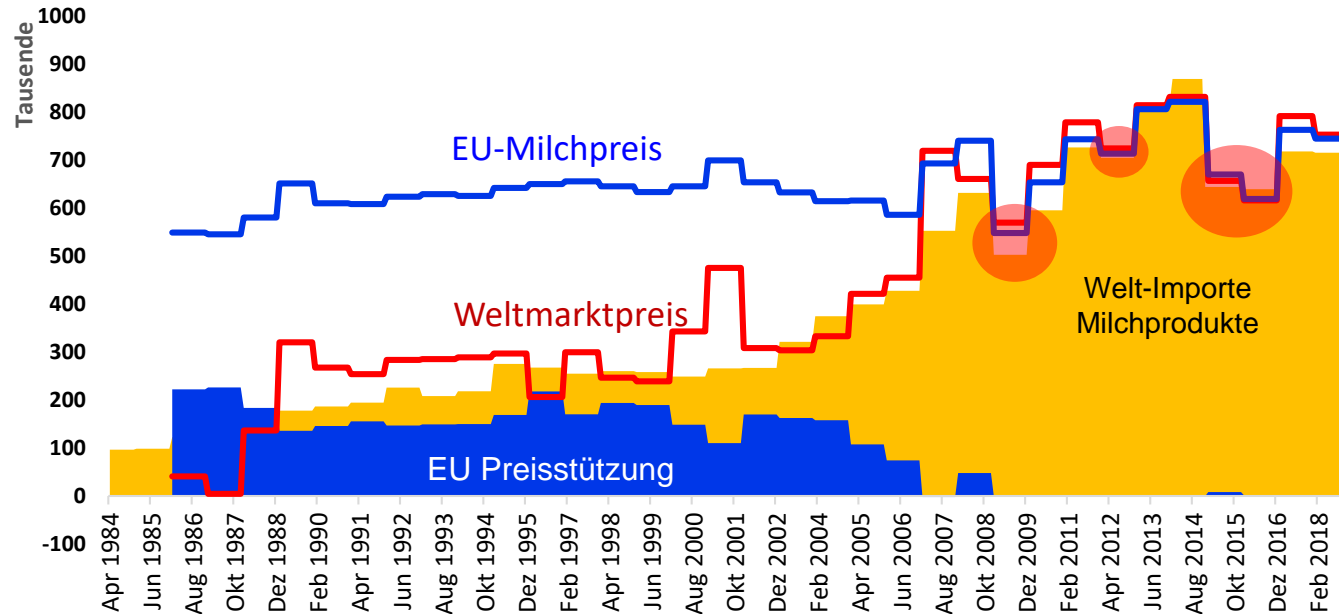
Modernisierung

Liberalisierung

Preiskrisen?

„Vermarktung =  
Interventionspreis“

„Weltmarkteinfluss“



Quality begins at the farm, with 'Foqus planet'

Customers are increasingly choosing on the basis of performance in terms of quality, transparency, sustainability and animal health and welfare. This starts at the farm and ends with the product. Foqus planet manages the whole production chain. From grass production to the highest quality milk, brings the community that is so essential to the future of the dairy farms, the cooperatives and the company.

Foqus planet details

The Foqus planet program is for all member dairy farmers, not only in the Netherlands but also in Belgium and Germany. The program has four main themes that are divided into three parts:

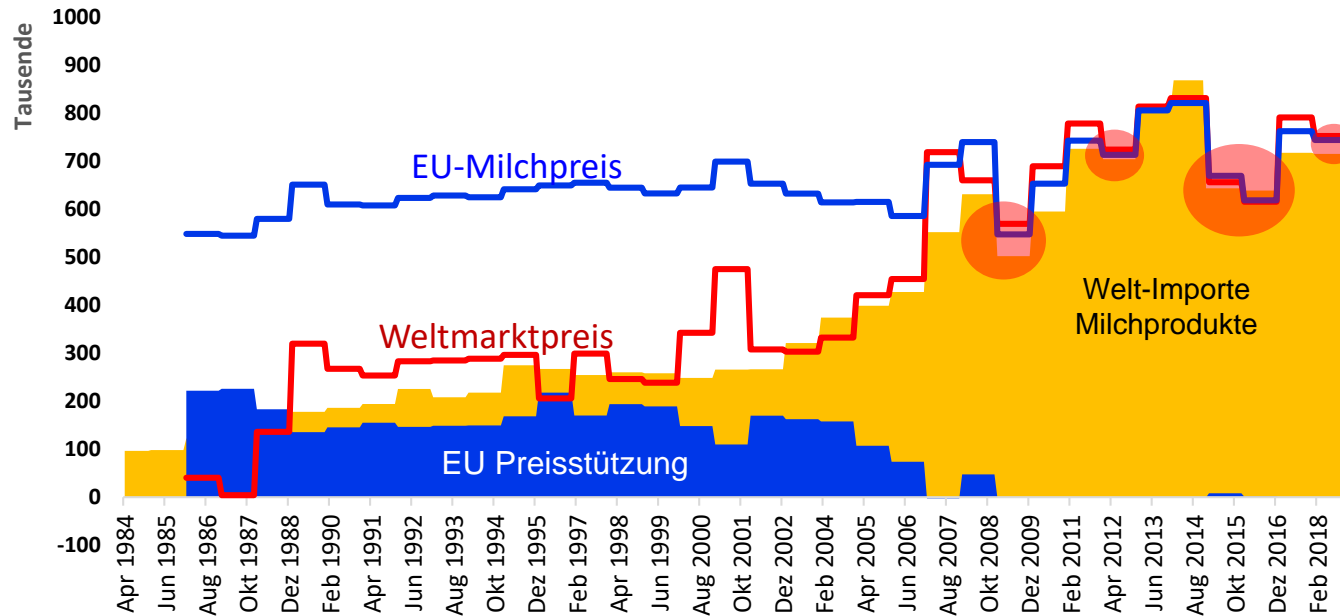
1. **Basic requirements:** requirements regarding hygiene, quality & safety of milk and animal health and welfare.
2. **Outdoor grazing:** cows belong to the Dutch landscape and help Foqus planet to differentiate itself in the market. Full and part time outdoor grazing are rewarded with a premium.
3. **Sustainability examples:** six indicators make the sustainability at the farm transparent. Examples are energy consumption, health and longevity of cows and care for the landscape.



Modernisierung

Liberalisierung

Differenzierung



- Nachhaltigkeit
- Gesundheit
- Heimat
- Weltmarkt/Export
- ...

# Was treibt die Differenzierung?

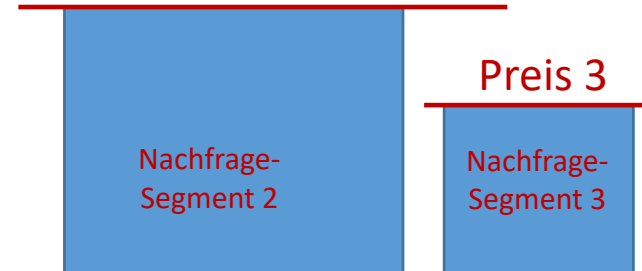
- Verbraucherwünsche bedienen
- Höhere Zahlungsbereitschaften nutzen



## Preis Premiumprodukt

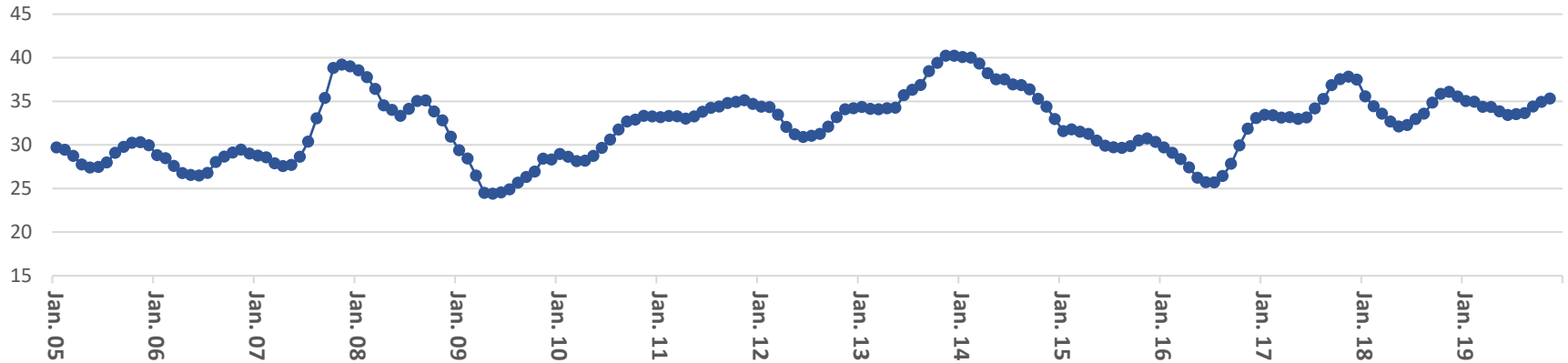


## Preis Standardprodukt



# Welche Strategien waren bisher erfolgreich?

Durchschnittlicher monatlicher EU-Milchpreis (\*)



(Daten: Milk Markte Observatory)

## Ländervergleich: Wer hatte wie oft den höchsten Auszahlungspreis?

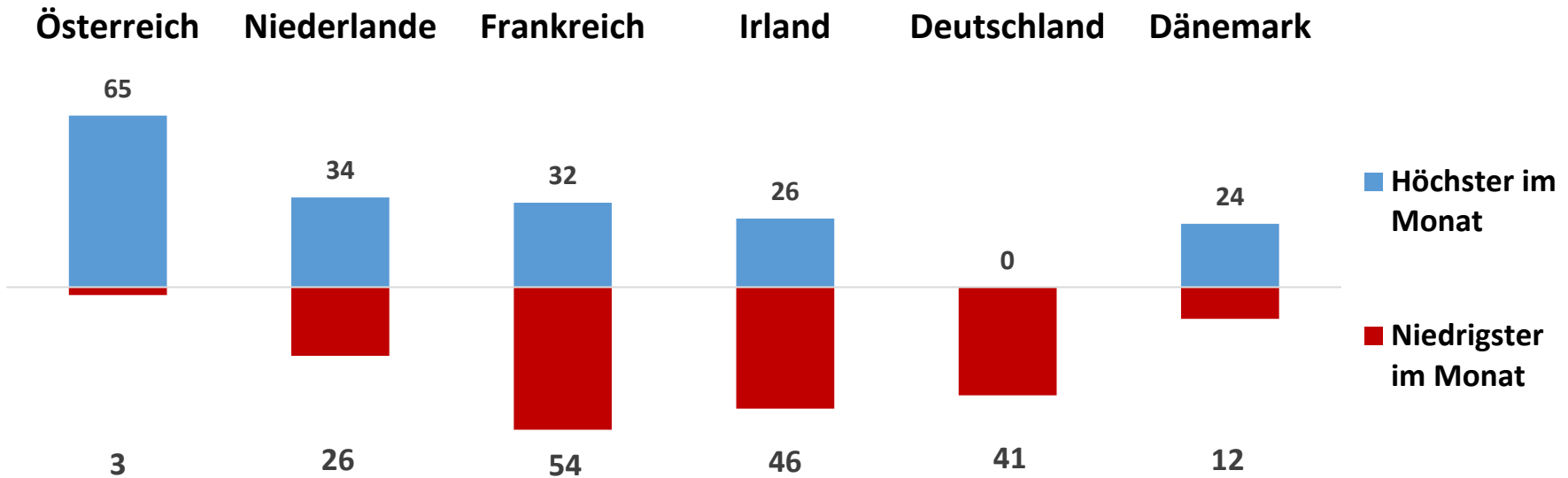
Österreich	Niederlande	Frankreich	Irland	Deutschland	Dänemark
------------	-------------	------------	--------	-------------	----------

(\*) Anmerkung: Der durchschnittliche EU-Preis zeigt allgemein die Volatilität, aber geht nicht in die Berechnung des Ländervergleichs ein.

# Welche Strategien waren bisher erfolgreich?

Ländervergleich: Wer hatte 1/2005 – 12/2019 wie oft den höchsten bzw. niedrigsten Auszahlungspreis?

In 180 Monaten hatte Deutschland 41x den niedrigsten Milchpreis dieser sechs Länder und nie den höchsten.





# Vermarkten in Zeiten der Differenzierung:

- Sein Marktsegment finden und darin einzigartig sein!
- Streben nach Marktmacht- Abgrenzung erfolgt über Standards!
  - Standard definieren?
    - ⇒ Deutungshoheit über die Spielregeln
  - Standard zuerst setzen?
    - ⇒ Mögliche Pioniergewinne
  - Standard am leichtesten erfüllen?
    - ⇒ Wettbewerbsvorteil
  - Durch Standard einzigartig sein?
    - ⇒ Marktanteile behaupten



# Vermarkten in Zeiten der Differenzierung:

## Einerseits:

- Pioniergewinne für die Vorreiter in einem neuen Marktsegment
- Straffung der Kette, Effizienzsteigerung
- Informationsgewinn.
  
- Evtl. besseres Image

## Andererseits:

- Für Nachzügler steigen vor allem Produktionskosten & Bürokratie
- Motivationsverlust durch Gängelung
- „Gläserne Landwirtschaft“
- „Lohnmelker“
  
- Alle mitnehmen <-> Glaubwürdigkeit

# Wie vermarkten wir 2030?

## Thesen zur Differenzierung der Märkte:

- Suche nach differenzierten Marktsegmenten im regionalen und globalen Markt geht mit Entwicklung spezifischer Standards einher.
- Heterogenität der Landwirte wird zur Herausforderung für den Sektor; neue, flexible Kooperationsformen werden wichtiger.
- Verlierer müssen reagieren, haben höhere Kosten ohne nennenswerten Vorteil.
- Gewinner sind in ihrem Marktsegment einzigartig und treiben die Entwicklung voran.

# Anhang: Berechnung des Ländervergleichs in Folie 8

(war nicht Teil des Vortrags)

Der Ländervergleich in Folie 8 wurde anhand der Formeln in **J4** und **J2** ohne weitere Modifikation der Preisdaten des Milk Market Observatory errechnet. Die Berechnung in Folie 8 wurde dazu gegenüber der im Vortrag gezeigten Version auch auf die Monate ausgeweitet, in denen einzelne Preise fehlen. Bei Preisgleichheit in einem Monat erfolgte Doppelzählung. Einige Werte in Folie 8 weichen daher geringfügig von der im Vortrag gezeigten Version der Folie ab.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Daten: Milk Market Observatory: "Market Prices Dairy Products_en.xls", "Raw Milk"									Wie oft hat eines der folgenden Länder den höchsten Preis in dieser Gruppe?					
2										=SUMME(J4:J183)	0	26	32	34	65
3		EU	DK	DE	IE	FR	NL	AT		DK	DE	IE	FR	NL	AT
4	2019/12		33,99	35,19		36,78	36,41	37,10		=WENN(C4=MAX(\$C4:\$H4);1;0)					
5	2019/11	35,31	33,99	35,19	36,81	37,46	35,50	36,95							
6	2019/10	34,92	34,01	34,65	36,61	37,66	34,75	36,43							
7	2019/09	34,39	34,03	33,88	34,48	37,34	35,00	35,97							
8	2019/08	33,63	34,18	33,01	31,95	36,40	35,00	35,45							
9	2019/07	33,52	34,16	32,93	31,08	35,86	35,00	35,97							
10	2019/06	33,42	34,15	33,22	31,95	34,00	35,75	36,33							
11	2019/05	33,83	34,15	33,99	31,47	34,84	35,25	37,45							
12	2019/04	34,34	34,16	34,49	31,66	35,66	36,00	37,84							
13	2019/03	34,35	34,17	34,81	32,63	33,54	36,50	37,64							
14	2019/02	34,94	34,17	35,22	34,38	35,91	36,50	38,02							
15	2019/01	35,02	34,16	35,47	34,28	35,98	36,25	38,25							
16	2018/12	35,54	36,97	36,47	36,9	36,00	37,25	39,20							
17	2018/11	36,07	37,93	37,16	39,04	36,73	37,25	38,68							
18	2018/10	35,83	37,94	36,63	38,75	36,71	38,00	37,86							
19	2018/09	34,83	37,95	35,43	37	35,98	37,00	36,45							
20	2018/08	33,57	37,15	33,83	33,41	34,63	35,75	35,12							

**1.Schritt:**  
Für jedes Land und jeden Monat wird entschieden, ob der Milchpreis der Maximalwert in dieser Gruppe ist. Wenn ja, wird der Wert 1 eingetragen, sonst 0.

**Für die Minimalwerte in jedem Monat wird in der Formel "Max" durch "Min" ersetzt.**

**2.Schritt:**  
Für jedes Land wird die Summe der Werte in der zugehörigen Spalte gebildet.