

molkerei industrie



EDA Trade & Economics Breakout Session

Das Chinesgeschäft braucht zunehmend auch Marketing – Milchfutures als Instrument des Risikomanagements

Der öffentliche Teil der Jahrestagung der European Dairy Association (EDA) brachte am 28. September 2017 in Stockholm einen interessanten Vortragspart zum Thema Handel und Ökonomie. Im Fokus standen dabei der chinesische Markt und das angesichts der Milchpreisvolatilität immer wichtiger werdenden Risikomanagement für Milcherzeuger- und verarbeiter. molkerei-industrie berichtet von der Tagung.



Im Moment sei in den Märkten kein Krisenszenario zu erkennen, erklärte Tagungsmoderator Wim Klosterboer, FrieslandCampina, abhebend auf den aktuellen Milchpreis. Dieser liegt im EU-Schnitt bei 34 Cent, wenn man allein auf die Milchfettverwertung abheben wollte, wären es sogar über 40 Cent. Auch wenn die EU-MMP-Produktion in den letzten Jahren auf ca. 400.000 t/a gewachsen ist und zusätzlich über 360.000 t MMP in der Intervention liegen, müsse die Branche nicht pessimistisch sein, denn der Markt sei mit Ausnahme von MMP durchaus ausgeglichen, so Klosterboer.

China: Marketing und Innovation gefragt



Pablo Recio Garcia, Chef von Eibens Consulting in Peking, sieht China auf lange Sicht als weltweit bedeutenden Importeur von Mopro. Trotz aller Bemühungen des Landes, näher an die Selbstversorgung zu kommen, wachse die Nachfrage stärker als die Produktion. Letztere könne aufgrund der stark begrenzten Ressourcen auch nicht allzu deutlich ausgedehnt werden.

Die Kaufentscheidung des chinesischen Verbrauchers wird, so Garcia, zuallererst von der Herkunft und dem Preis eines Produkts beeinflusst, wichtig sind daneben das Image des Herstellers und die Verpackung. Ein weiterer ganz wichtiger Faktor ist angesichts der Transportdauer die Restlaufzeit eines Importprodukts, sobald es im chinesischen Markt ist. Importware muss verschiedene Standards erfüllen, eine offizielle Anerkennung kann z.B. bei Babyfood durch die CFDA-Registrierung ein durchaus langwieriger und teurer Prozess werden. In diesem Zusammenhang wies Garcia auf die Bedeutung des E-Commerce hin, speziell grenzüberschreitende Lieferungen sind mit weniger bürokratischen oder veterinärrechtlichen Auflagen konfrontiert. 60% der Chinesen kaufen bei den E-Commerce-Plattformen ein, die wiederum große Investitionen in die Kühlkette und in die Verkürzung der Lieferzeiten vornehmen um noch attraktiver zu werden.

Am Beispiel von UHT-Milch machte Garcia deutlich, dass nun auch in China echtes Marketing vonnöten ist, wenn man dort Produkte zu guten Erlösen verkaufen will. Ein Unternehmen hat in China vier Sorten H-Milch im Markt, die Preisspreizung beträgt 35% zwischen dem Basis- und dem Premiumartikel, berichtete Garcia. Category Management ist gefragt, das Angebot muss z.B. um Packungsformate oder Geschmacksrichtungen erweitert werden. Längerfristig könnten die Themen „lactosefrei“ ebenso wie Proteinanreicherung absatzbelebend werden, glaubt Garcia.

Im Moment liegt der Pro-Kopf-Verbrauch an Mopro in China bei 19 kg, er dürfte sich wie in der Großregion Asien bereits etabliert, auf Sicht in Richtung 37 kg entwickeln, so der Experte.

Volumen- und Preismanagement



Prof. Holger Thiele, FH Kiel und ife Institut, wies darauf hin, dass sich die Kosten der Milcherzeugung erhöhen werden, z.B. durch die Entwicklung der Flächenpreise oder durch Anforderungen zur Produktion GMO-freien Rohstoffs. Die Preisvolatilität sei im Markt mittlerweile so hoch, dass sie die Anpassungsmöglichkeiten selbst langfristig gut wirtschaftender Erzeugerbetriebe übersteigt.

Wir Thiele anhand von Preiselastizitäten berechnet hat, würde in Krisenzeiten eine 2%ige Reduzierung der Anlieferung den Milchpreis um maximal 0,5 Cent erhöhen können. Dies sei zu gering um eine Krise zu bestehen, liefere möglicherweise der Politik aber eine Möglichkeit, Aktivität zu demonstrieren. Staatliche Eingriffe kämen zudem meist zu spät, wenn dann parallel die Weltmarktpreise schon wieder anziehen, würde solchen Interventionen eine falsche Wirkung zugeschrieben.

Hilfreich könne es sein, wenn in den Lieferverträgen mehr Details geregelt würden als heute üblich ist, sagte Thiele. Eine Verkürzung der Kündigungszeit würde indes die Kosten für die Landwirte steigern, da die Molkereien Überkapazitäten vorhalten müssen. Die Auflösung der Andienungspflicht habe dagegen keinerlei positiven Markteffekt. Außerdem, so Thiele, sei die Vertragsgestaltung nicht Sache der Politik, sondern der Privatwirtschaft.

Thiele rät daher sowohl den Molkereien als auch den Erzeugern zu einem Risikomanagement. Dafür empfehlen sich Waretermingeschäfte, die nicht nur Sicherheit geben, sondern auch Frühwarnsignale bei einsetzenden Marktkrisen aussenden, und durchaus Gegenstand von Liefervertragsregelungen sein können. ife gibt täglich einen Kieler Börsenmilchwert heraus, der auf den an der EEX gehandelten Futures basiert. Dieser Börsenmilchwert bündelt quasi die Erwartungen der Verkäufer und Käufer und beträgt für Dezember 2017 37,8 Cent. Im Juni 2018 liegt der Wert bei 32,7 Cent, für März 2019 erwartet der Markt einen Milchpreis von 31,4 Cent.