

Der Wert der Milch

Zwischen Kuh und Konsument

Bis Milch, Joghurt und Butter bei den Konsumenten auf dem Tisch stehen, haben sie bereits einen langen Weg hinter sich, an dem einige Akteure beteiligt sind. Entsprechend wird der Milchpreis im Handel von vielen verschiedenen Faktoren bestimmt. Dieser Unterrichtsbaustein verfolgt die Stufen der Wertschöpfungskette zwischen Kuh und Konsument und beleuchtet die Einflussfaktoren auf den Milchpreis.

Sachinformation:

„Wertschöpfungskette“ beschreibt in der modernen Wirtschaft den Weg eines Produkts von der Erzeugung – inklusive Vorleistungen – über die Verarbeitung bis hin zum Endverbraucher.

Angefangen bei der Kuh ...

Die Milch ist eines der wichtigsten Standbeine der deutschen Landwirtschaft. Die Kühe aller 99.400 Milchvieh haltenden Betriebe gaben im Jahr 2008 über 28 Millionen Tonnen Milch. Der Erzeugerpreis, den der Landwirt von der Molkerei bekommt, wird in Euro-Cent pro



Der Milchproduzent im Kuhstall

Kilogramm berechnet. Er setzt sich aus einem Grundpreis, den möglichen Zuschlägen für höhere Fett- und Eiweißgehalte sowie der Mehrwertsteuer zusammen. Bei der Produktion der Milch fallen beim Landwirt Ausgaben für Grund- und Kraffutter der Kühe, Energiekosten, Düngemittel, Gebäude und Versicherungen, Maschinen und Betriebsmittel sowie für Lohn von betriebsfremden Arbeitskräften und Kosten für die notwendige Nachzucht von jungen Milchkühen an. Nur wenn die Einnahmen aus dem Erzeugerpreis die Betriebskosten und den Arbeitslohn für die betriebseigenen Arbeitskräfte übersteigt, hat der Landwirt auch einen Gewinn als Unternehmer erzielt.

... über die Weiterverarbeitung ...

Derzeit gibt es etwa 100 Molkereien in Deutschland. Man unterscheidet zwischen Privatmolkereien und Molkereigenossenschaften, in denen sich die Landwirte zusammengeschlossen haben, um ihre Marktposition zu stärken. Zwischen dem Landwirt und der Molkerei besteht meist ein langfristiger Liefervertrag. Die Molkerei setzt den Erzeugerpreis fest. Er hängt von einer Reihe Faktoren ab, die

Lernziele und Kompetenzen:

Die Schülerinnen und Schüler lernen anhand des Milchmarkts

- die gesamte Wertschöpfungskette eines Produkts kennen;
- die verschiedenen Akteure und deren Abhängigkeiten kennen;
- Faktoren der Preisbildung kennen
- in gesamtwirtschaftlichen Zusammenhängen zu denken;
- Probleme zu analysieren, Lösungsansätze zu entwickeln und zu beurteilen;
- in Form eines Rollenspiels zu diskutieren.

Fach: Politik, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften 9./10. Klasse zu den Themen Markt- und Preisbildung sowie Produktion und Konsum

regelmäßig zu einer Neufestsetzung führen. Insbesondere spielen die Kosten für Betriebsstätten und Technik, Personal, Energie, Transport sowie für die kontinuierliche Weiterentwicklung und Neuentwicklung von Produkten eine Rolle. Ein wesentlicher Faktor für den Erzeugerpreis der Landwirte sind die Abnahmepreise, die der Handel an die Molkereien zu bezahlen bereit ist. Jede Molkerei hat aufgrund ihrer Struktur ihren eigenen Milchpreis, der saisonal und regional schwankt. Die Molkereien stellen unterschiedliche Produkte mit unterschiedlichen Rentabilitäten her. Sie versuchen, möglichst viel Käse und Frischmilchprodukte herzustellen, da mit diesen höher veredelten Produkten mehr zu verdienen ist.

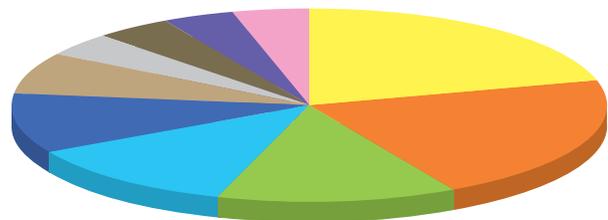
1 Liter Milch – Kostenanteile in %



- 7,1% Mehrwertsteuer
- 12,1% Handelsspanne
- 4% Grüner Punkt
- 2,1% Lagerung und Logistik
- 14% Verpackung
- 2,1% Verwaltung
- 16% Verarbeitung
- 3% Erfassung
- 40% Rohmilch

Quelle: ife Informations- und Forschungszentrum für Ernährungswirtschaft, Stand Oktober 2009

Zusammensetzung der Ausgaben bei der Milchproduktion



- 21% Maschinenkosten
- 21% Futtermittel
- 13% Tierarzt, Besamung, Sonst.
- 12% Gebäudekosten
- 10% Milchquote
- 7% Sonstiges
- 4% Versicherungen
- 4% Pachtfläche
- 4% Zinsen
- 4% Pflanzenbau

Quelle: Dr. Martin Berges, Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe, Münster

... hin zum Lebensmittelhandel ...

Ziel jeder Molkerei ist es, mit ihren Produkten im Milchregal des Handels „geleistet“ zu sein. Meist beliefern sie die Zentrallager der großen Handelsketten. Der Lebensmittelhandel ist stark konzentriert, etwa zehn konkurrierende Handelsketten dominieren den Markt. Die Lieferverträge zwischen den Molkereien und dem Handel werden meist zwei Mal jährlich neu verhandelt. Während einer Ausschreibung des Einzelhandels geben die Molkereien Angebote für die Lieferung von bestimmten Produkten in genau festgelegten Mengen ab. Dabei konkurrieren die Molkereien untereinander – auf regionaler, nationaler und auch auf internationaler Ebene. Schließlich

trifft das Handelsunternehmen die Wahl für einen Anbieter. Insbesondere der Preis für Frisch- bzw. Trinkmilch wird vom Handel gern als „Kampfpreis“ eingesetzt und steht unter dauerndem Druck. Die Vertragsabschlüsse wirken sich auf den Erzeugerpreis der Landwirte aus.

... bis zum Konsumenten

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Konsummilch in Deutschland ist in den letzten Jahren mit knapp 65 Litern pro Jahr relativ konstant geblieben. Die Nachfrage nach Milch ist wenig bis nicht elastisch, das bedeutet, dass die Verbraucher nur bei größeren Preisänderungen mehr oder weniger Milch kaufen. Die wachsende Weltbevölkerung und die veränderten

Lebens- und Konsumgewohnheiten in vielen Schwellen- und Entwicklungsländern werden den Milchpreis zukünftig zusätzlich beeinflussen.

Sonstige Einflussfaktoren

Auch politische Entscheidungen auf nationaler und internationaler Ebene sowie Handelsvereinbarungen zwischen einzelnen Staaten beeinflussen den Milchpreis in Deutschland. Neben der EU-Agrarpolitik wirken sich die Beschlüsse und Bestimmungen der Welthandelsorganisation (WTO) auf die Preise aus.

Methodisch-didaktische Anregungen:

Ein aktueller Zeitungsartikel zum Milchmarkt und die Frage „Was wisst ihr schon über den Milchmarkt und seine Schwierigkeiten?“ können ein Einstieg in das Thema sein. Zur Vorbereitung auf die Arbeitsblätter sollten die Schülerinnen die Sachinformation lesen.

Die beiden Arbeitsblätter helfen bei einer Situationsanalyse des Milchmarkts und bei der Suche nach wünschenswerten Änderungen, die die SchülerInnen später in Form eines Rollenspiels diskutieren und bewerten. Mindestens zwei Schulstunden sollen zur Bearbeitung eingeplant werden, wobei das erste Arbeitsblatt auch ganz oder teilweise als Hausaufgabe gegeben werden kann. Das erste Arbeitsblatt eignet sich gut zur Gruppenarbeit.

Vielleicht besteht auch die Möglichkeit, einen Milchviehbetrieb oder eine Molkerei in der Umgebung zu besichtigen.



Bis die Milch im Einkaufskorb landet, sind einige Akteure beteiligt.

Links:

Milchindustrie-Verband e.V.
www.meine-milch.de und
www.milchindustrie.de



Von der Kuh zum Konsumenten - Wertschöpfungskette der Milch

Aufgabe 1:

Lest die Sachinformation und zeichnet auf einem Plakat ein übersichtliches Schaubild zu den Stufen der Wertschöpfungskette der Milch. Das folgende Schema soll dabei die Grundstruktur bilden:



Ergänzt das Grundschaema um die Antworten auf folgende Fragen:

- Welche Akteure gibt es am Milchmarkt?
- Für was fallen bei den unterschiedlichen Akteuren Kosten an?
- Wie sehen die Handelsbeziehungen aus?
- Wie ist die Macht der Marktteilnehmer verteilt?

Recherchiert auch auf der Internetseite www.meine-milch.de.

Aufgabe 2:

Die Medien berichten regelmäßig von der schwierigen Situation auf dem Milchmarkt. Recherchiert im Internet oder in Zeitungen nach aktuellen Artikeln zu diesem Thema.

Was ist das Hauptproblem auf dem Milchmarkt?

Jeder Akteur verfolgt auf dem Milchmarkt eigene Interessen. Was könnte man machen, damit die einzelnen Akteure zufriedener sind?

Welche Auswirkungen hätten eure Vorschläge auf die verschiedenen Marktteilnehmer?

Milchprofis diskutieren

Mithilfe des Arbeitsblatts „Von der Kuh zum Konsumenten – Wertschöpfungskette der Milch“ habt ihr den Milchmarkt und seine Schwierigkeiten gut kennengelernt.

Führt nun ein Rollenspiel zum Milchmarkt durch:

Vorbereitung (etwa 15 Minuten):

Teilt eure Klasse in vier Gruppen ein – Landwirte, Geschäftsführer von Molkereien, Geschäftsführer einer Handelskette und Verbraucher.

Überlegt in den einzelnen Gruppen,

- wie eure Ausgangssituation ist,
- welche Ziele und Interessen ihr verfolgt und
- was ihr von den anderen Akteuren am Milchmarkt erwartet.

Nehmt dazu eure Antworten vom ersten Arbeitsblatt und euer Schaubild zur Hilfe.

Notiert euren Standpunkt auf ein Thesenpapier.

Wählt zwei Gruppenteilnehmer aus, die während des eigentlichen Rollenspiels eure Gruppe vertreten.

Durchführung (etwa 20 Minuten):

Interessenvertreter:

Setzt euch in die Mitte. Stellt nacheinander eure Situation, Ziele und Erwartungen dar und diskutiert sie anschließend mit den anderen Gruppen. Euer Lehrer moderiert die Diskussion.

Beobachter:

Beobachtet das Rollenspiel genau und schreibt in Stichworten mit, was euch auffällt:

Zum Inhalt:

Welche Argumente sind überzeugend? Fallen euch neue Argumente auf oder ein?

Zum Ablauf:

Was ist gut am Rollenspiel? Was könnte man verbessern? Verläuft das Rollenspiel so, wie es während der Vorbereitung abgesprochen wurde?

Nachbereitung (etwa 10 Minuten):

Zum Inhalt:

Die Beobachter tragen ihre Notizen vor. Schaut euch noch einmal Aufgabe 2 auf dem ersten Arbeitsblatt an und ergänzt eure Antworten durch die Ergebnisse des Rollenspiels.

Zum Ablauf:

Reflektiert das Rollenspiel mithilfe eurer Notizen.

Allgemeines zum Rollenspiel

Ein Rollenspiel bietet die Chance zum Perspektivenwechsel. Man lernt, sich in das Denken anderer Personen bzw. Personengruppen hineinzuversetzen. Die Diskussionen oder Konflikte sind nur spielerisch dargestellt. Durch das Hineinschlüpfen kann man – ohne echte Gefühle – üben, sachlich zu diskutieren und Streit friedlich zu lösen.