

# **Die Landwirtschaft im Spannungsfeld unserer Gesellschaft**

Der Versuch einer Standortbestimmung



## Die Fachschule

für Landwirtschaft Hochburg, 3. Semester,

lädt Sie zu der Ausstellung

vom 12. bis 05. Februar 2010

im Foyer „Haus am Festplatz“,

Landratsamt Emmendingen ein.



## **Drei Fragen an die Landwirtschaft:**

- Was können wir ?
- Was können wir hoffen?
  - Was sollen wir tun?



# Leistungen der Landwirtschaft (1)

- Lebensmittel  
(Milch, Fleisch, Getreide, Obst,  
Gemüse, Wein)
- Futtermittel  
(Gras, Mais, Getreide, Soja)



## Leistungen der Landwirtschaft (2)

- Nachwachsende Rohstoffe, zum Beispiel:
  - Bio-Gas für Strom, Wärme, Methan-Gas
  - Stärke/Zucker für Methanol und Grundstoff zur Weiterverarbeitung
- Dienstleistungen  
einzigartige Kulturlandschaft, großartiger Erholungswert, Tourismus, Erhalt von Brauchtum/Traditionen, Besiedlung u.a.



# Zu unserer Kultur\* gehören:

- Die Landwirtschaft
- Die Naturwissenschaften
- Die Wirtschaft und der Handel
- Die Technik
- Die Politik

\* colere = das Land bebauen, bestellen und pflegen



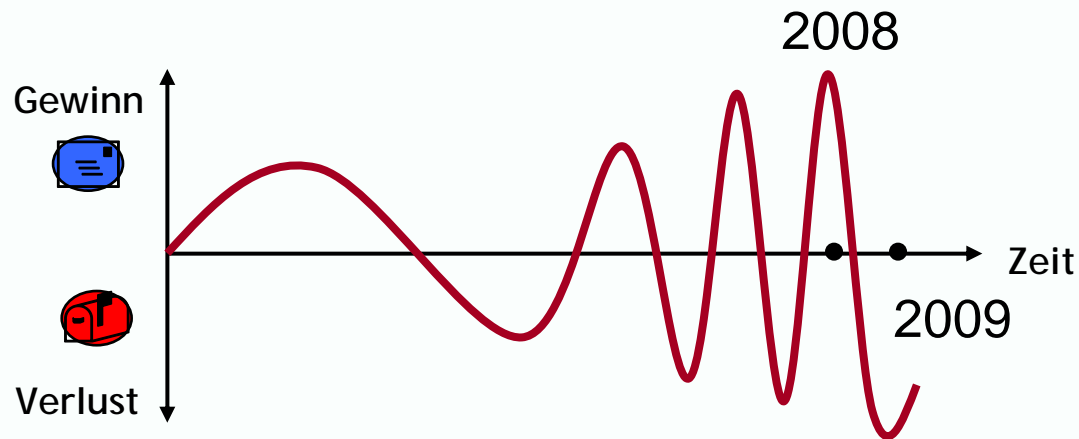
# Globalisierung

- Die Agrarmärkte sind dem freien Weltmarkt ausgesetzt
- Die unsicheren Agrarmärkte sind abhängig von
  - Welt-Produktion und Verbrauch; Lagerhaltung
  - Import/Export
  - Wirtschafts- und Finanzlage
  - Rohölpreis
  - Warenterminmärkte/Börse
  - Stärke/Schwäche des Euro
  - Alternative Produkte
  - Entwicklung der Verarbeitung und des HandelsDeutschland ist größtes Discounterland der Welt.

**➔ Komplexe Zusammenhänge und Probleme**



# Unsichere Agrarmärkte



Milch und Getreide:

- 2008 das beste Jahr
- 2009 eines der schlechtesten Jahre



# Reaktionen auf Preisänderungen

## •Hohe Erzeugerpreise

- Verbraucher fragt billigere Alternativprodukte nach
- Mehrproduktion -> Überschuss -> Lagerhaltung
- > Export (Weltwirtschaft, Finanzen, Währung)
- 

## •Niedrige Erzeugerpreise

- Ausstieg aus der Produktion -> Strukturwandel
- Nachfrage größer als Produktion
- > Erzeugerpreis steigt



# Erzeugerpreisentwicklung (cent/kg)

## am Beispiel Milch

	2008	2009	
Deutschland	35,01	minus 10,91	
Baden-Württemberg	36,96	minus 11,56	
Breisgaumilch (BM)	37,69	minus 10,61	d.h. es fehlen 30 % Einkommen
davon konventionell	36,89	26,05	
BIO-Milch	48,79	40,02	



# Ursachen / Probleme

- 2008: Weltweite Milchverknappung ließ Erzeugerpreis steigen. Daraufhin nahm z.B. in der EU die Milchproduktion um +1,2 Mrd. kg zu im Vergleich zum Vorjahr.**
- 2009: Weltweiter Milchüberschuss verursacht durch Mehrproduktion, geringerer Export (in Deutschland minus 40 %), Weltwirtschafts- und Finanzkrise, Melaminkrise in China. Die Erzeugerpreise fielen im freien Fall.**



# Strukturprobleme

- Maximale Liefermenge an Breisgaumilch (2009) 218 Mio. kg ,
  - Anlieferung voraussichtlich nur 204 Mio. kg
  - Quoten wandern vom Süden nach Norden
    - BW minus 5 Mio. kg
    - Bayern minus 7,4 Mio. kg
- } Norddeutschland deckt so seine Übermengen ab.
- Drei Viertel der landwirtschaftlichen Betriebe liefern weniger als 150.000 kg Milch pro Betrieb an.

## Gefahr

- Aufforstung
- Höfesterben
- verändertes Landschaftsbild



Auf Globalisierung differenzierte  
regionalisierte Lösungen  
suchen.



# Gliederung der Volkswirtschaft in der Wertschöpfungskette

<b>Landwirt =&gt;</b>  <u>erzeugt</u>	<b>Molkerei/ Breisgaumilch+ =&gt;</b>  <b>Schwarzwaldmilch</b>  <u>wandelt</u>	<b>Lebensmitteleinzelhan- del/Discounter =&gt;</b>  <u>handelt</u>	<b>Verbraucher</b>  <u>kauft</u>
zu Erzeuger- preisen  Problem: Erzeugerpreis e decken z. Zt. nicht Erzeugerkoste n	Rohmilch zu Frischmilch und Milchprodukten  Umsatzeinbruch 2009: 33 Mio. € weniger Umsatz als 2008  <u>Ursachen:</u> Preissenkungen am Markt, weniger Milchanlieferung und weniger Nachfrage	Wo ist die Milch am günstigsten?  Deutschland ist ein Discoun-terland, Kontraktabsprachen senken den Preis  - Kampf um Markt-anteile - 2009 10x Preissenkungen - Ziel = Maßhalten mit Verbraucherpreis	in Deutschland 2007: 0,61 €/l Milch 2008: 0,66 €/l Milch 2009: 0,50 €/l Milch  <u>Ziel:</u> Bereitschaft wecken, <u>fairen Preis</u> zu zahlen für vielfältigen Nutzen



# Verbraucherwünsche erfüllen

- Innovative Produkte
  - Jogi mit Vielfalt (+1,1 % im Vergleich zu 2008)
- Gesundheit
  - Stärkung der Abwehrkräfte
  - Verdauungsfördernd
  - cholesterinsenkend
  - fettreduziert
  - Futtermittel ohne Gentechnik
- Umweltschutz und artgerechte Tierhaltung
- Bio- und Weidemilch
  - (+59 % oder +1.138 Packungen zu Mai bis Dezember 2008)
- Regionalität -> „Erfrischend echt – Schwarzwälder“ (+2,3 %)
  - großartige Lebensmittel aus einem einzigartigen Lebensraum
  - kulturelle Besonderheiten (Bollenhut)



# Zuwachs bei BIO-Milcherzeugung \*

	<b>1997</b>	<b>2009</b>
Anzahl Betriebe	13	117
Milchmenge (Mio/kg)	1,6	15

\* Beispiel Breisgaumilch



# Erfolgreiche Marktsegmente \*

- Markenartikel + 7,3 % (i. Vergl. zu 2007)
- Handelsmarken + 8,7 %
- Wichtige Segmente
  - BIO + 16,7 %
  - Lactosefrei + 51,9 %  
LAC-lactosefrei
  - Schwarzwälder Linie + 2,3 %

\* Beispiel Breisgaumilch



# Was wir alle brauchen

- Erzeuger, Verarbeiter, Handel und Verbraucher -  
„Miteinander sprechen, aufeinander hören,  
einander ernst nehmen“

**Anmerkung:** Die Schüler des 3. Semesters der Fachschule für Landwirtschaft Emmendingen-Hochburg wüssten nicht, was sie uns allen in der Region Besseres wünschen oder raten können.



# Die Schüler bedanken sich für Ihre Aufmerksamkeit

Verantwortlich für die Ausstellung:

Klaus Weber, Fachlehrer für Vermarktung und Marketing

LWA/FSL, R 216, Tel.07641-451-9130

