



# Fachteil Milchmarkt

Zürcher Bauernverband ■ Lagerstrasse 14, 8600 Dübendorf ■ 044 217 77 33 ■ www.zbv.ch

Bestimmt der Markt den Milchpreis?

## Marktstruktur im Milchmarkt

**Die Milchindustrie verwendet gerne den Begriff «Markt». Der Markt ist z.B. für sinkende Milchpreise verantwortlich. Doch was ist dieser Markt und wie funktioniert er?**

### Vollkommener Wettbewerb

Wenn der Volksmund vom «Markt» spricht, wird in der Regel die Marktform des «vollkommenen Wettbewerbs» gemeint. In diesem Markt gibt es viele Produzenten und viele Konsumenten. Man könnte sich z.B. vorstellen, dass jeder Milchproduzent seine Milch in einem Online-Shop anbietet und alle Konsumenten ihre Milch dort kaufen. In diesem Beispiel würde der Preis durch den Markt bestimmt werden. Ist die angebotene Menge grösser als die nachgefragte Menge sinkt der Preis, ist die angebotene Menge kleiner als die nachgefragte Menge steigt der Preis (vgl. Abbildung 1).

### Entscheidung im vollkommenen Wettbewerb

Jeder Produzent und Konsument kann für sich entscheiden, wie viel Milch er zum Marktpreis produzieren resp. kaufen möchte. Der Entscheid eines einzelnen hat dabei keinen Einfluss auf den Preis. Ein Milchproduzent würde in diesem Markt so viel Milch produzieren, dass seine Kosten (inkl. Lohn) durch den Verkaufspreis gedeckt wären. Sind bei einem Milchproduzent die Kosten höher als der Verkaufspreis, würde er aus der Milchproduktion aussteigen.

### Oligopson

Dass der Milchmarkt nicht die Marktform des vollkommenen Wettbewerbs hat, ist eindeutig. Die knapp 19 000 Milchproduzenten stehen im Wesentlichen einigen grossen Verarbeitern und noch weniger Detailhändlern gegenüber. Betrachtet man die Marktmacht der Abnehmer kann hier durchaus von einem Käuferoligopol (Oligopson) gesprochen werden. Die vorliegenden Strukturen im Milchmarkt deuten darauf hin, dass sich dieses Oligopson ähnlich wie ein Käufermonopol (Monopson) verhält. Konkret zeigt sich dies bei den Detailhändlern, wo mit Coop und Migros faktisch zwei Organisationen den Markt beherrschen (vgl. Abbildung 2).

### Entscheidung im Oligopson

Wenn nun Migros und Coop den Preis für 1 Liter (identische) Milch festlegen,



Abbildung 2: Die Marktmacht konzentriert sich bei den Detailhändlern. Grafik: ZBV

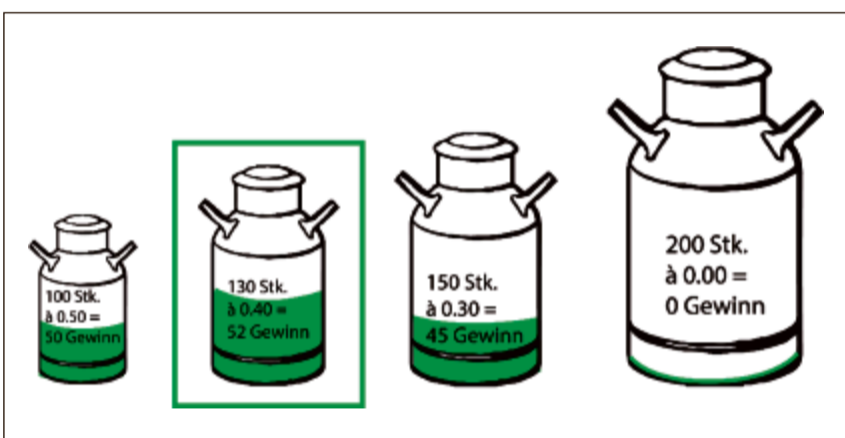


Abbildung 3: Der Detailhändler wählt die Menge so, dass sein Gewinn möglichst hoch ist. Grafik: ZBV

wird dieser gleich teuer sein, da sonst die Konsumenten die Milch beim anderen Anbieter kaufen werden. Eine Preissenkung ist danach unwahrscheinlich, da der andere den Preis umgehend ebenfalls senken würde, um seine Kunden nicht zu verlieren. Damit würde keiner der Beiden Marktanteile gewinnen, sondern nur den Gewinn verkleinern. Daher belassen beide den Preis, damit sie ihre Gewinne halten können.

### Preissetzung im Monopol

Im Gegensatz zum vollkommenen Wettbewerb kann im Monopol der Detailhändler sowohl die Menge als auch den Preis beeinflussen. Er weiss, wie viel Milch die Konsumenten zum aktuellen Preis kaufen. Wenn er nun diesen Preis senkt, wird er mehr Milch verkaufen, jedoch auf seiner gesamten verkauften Milch weniger verdienen. Er wird also nicht wie im vollkommenen Wettbewerb die Menge wählen, die gerade noch seine Kosten (inkl. Lohn) deckt, sondern diejenige, bei welcher er am meisten Gewinn macht (vgl. Abbildung 3).

### Preisweitergabe

Wurde der Verkaufspreis vom Detailhändler festgelegt (Gewinnmaximie-

rung), zieht er seine/n Kosten/Gewinn ab und errechnet damit den Preis, welchen er dem Verarbeiter zahlen will. Der Verarbeiter zieht von diesem Preis ebenfalls seine/n Kosten/Gewinn ab und errechnet damit den Preis, welchen er dem Milchhändler bezahlt usw. Den Restpreis erhält dann der Bauer. Dieser Preis muss mindestens so hoch sein, dass der Bauer die Milchproduktion nicht aufgibt.

In der Wirtschaftstheorie spricht man hier von einer Nebenbedingung, welche der marktmächtige Detailhändler bei seiner Gewinnmaximierung berücksichtigen muss, da ihm sonst nicht mehr genügend Milch geliefert wird.



## Kommentar der Woche

Zürcher Bauernverband ■ Lagerstrasse 14, 8600 Dübendorf ■ www.zbv.ch

### Eine ausserordentliche Leistung

Anfang Juni: Überständiges Gras überall, an Borden, Hängen, entlang Bächen, an Waldrändern. Teils gelagert von Wind und Regen. Manch ein Konsument fragt sich, was wohl mit den Landwirten los ist, dass dieses Gras auch bei wochenlang schöner Witterung nicht gemäht und geerntet wird.

Ende Juni: Bis auf Rückzugsstreifen alles gemäht, geerntet, gepflegt, die Landschaft erscheint wieder in gewohntem Gewand! Welche Heinzelmännchen haben das quasi über Nacht gemacht?

Natürlich wissen wir es als betroffene Landwirte: Die Bauersleute mit all ihren Gerätschaften. Und die Lohnunternehmer mit Rund- und Quaderballenpressen. Dann wieder Landwirte mit Front- oder Radlader und Wagen, um die Ballen nach Hause zu befördern. Tausende von Hektaren an teils unzugänglichen Orten oder in schwie-

rigem Gelände werden wie auf Befehl innert kurzer Zeit geerntet. Die Kosten sind schwierig zu beziffern, eine Vollkostenrechnung ergäbe erstaunliche Zahlen. Was ist der Gegenwert dieser Grossaktion? Heu oder Silage mit mässiger Qualität und mässigem Ertrag. Nichts Kostbares, eher Verwertbares. Auf dem Markt hat dieses Futter etwa den Wert von Stroh. Der Preis setzt sich vorwiegend aus Mechanisierungskosten zusammen. Wer Tiere hat, kann das Futter über diese verwerten, wer viehlos wirtschaftet, muss froh sein, wenn die Fremdkosten durch den Verkauf gedeckt sind. Dazu kommen die Direktzahlungen für extensive Wiesen. Damit wird der Biodiversitätswert solcher Flächen entgolten. Schliesslich ist ja das Ziel einer derartigen Bewirtschaftung die Förderung der biologischen Vielfalt. Zu guter Letzt bleibt auch die Genug-

tuung, dass der ganze Aufwand für die Nutzung solcher Flächen ein Gewinn ist für die Natur – und die Hoffnung, dass es Medien und Konsumenten/innen und Steuerzahlende positiv zur Kenntnis nehmen. Wie auch immer: Grosser Respekt für diese ausserordentliche Leistung gegenüber allen Berufskolleginnen und -kollegen, die diese Arbeit alljährlich mit grossem Elan ausführen, die Auflagen und Empfehlungen einhalten und mit dem zweifelhaften Ertrags-/Aufwandverhältnis leben. Diese Biodiversitätsleistung könnte die öffentliche Hand nur mit einem Vielfachen an Kosten und ohne sinnvolle Verwertung des Erntegutes erbringen. ■

Andreas Buri  
Ossingen

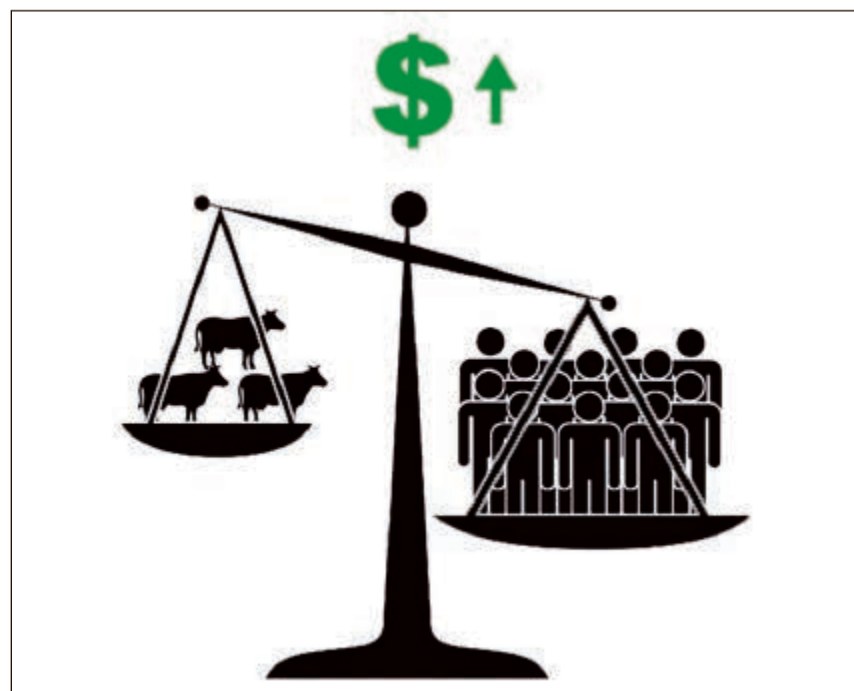


Abbildung 1: Ist die Nachfrage grösser als das Angebot, steigt der Preis. Grafik: ZBV

## Interview zum Fachteil

**Emil Steingruber**

Dipl. Ing.-Agr. HTL, Inhaber und Geschäftsführer ES Agro Consulting, Lyss  
www.es-consulting.ch



«Eine ausgeglichene Wertschöpfungsverteilung soll durch die Marktakteure organisiert werden.»

### Welche Möglichkeiten haben Molkereimilchproduzenten in einem Oligopson, um einen höheren Anteil an der Wertschöpfung zu erhalten?

Dem Molkereimilchproduzenten stehen in dieser Situation folgende Möglichkeiten für die Ergreifung von Massnahmen offen, einen höheren Anteil an der Wertschöpfung zu realisieren:

- (a) über eine höhere Liefermenge können Transportkostenabzüge gesenkt werden. Damit die grössere Liefermenge erzielt werden kann, stehen entweder die Produktionsausdehnung offen und/oder eine Kooperation unter den Milchproduzenten für eine gemeinsame Milchsammlung an einem Standort. Bei der letzteren Massnahme sind jedoch die Infrastrukturkosten genau zu prüfen.
- (b) mit der Auswahl eines Milchverarbeiters, welcher in der Lage ist, seine Milchprodukte entweder regional oder sowohl national als auch international mit einer höheren Wertschöpfung nachhaltig zu vermarkten. Dabei wird es sich um qualitativ einmalige Spezialitätenprodukte handeln, welche sich angebotsseitig im Wettbewerb von der Massenware deutlich abzuheben vermögen.

(c) mit einer einzelbetrieblichen Milchverarbeitung verbunden mit einer entsprechenden nachhaltigen regionalen Direktvermarktung. Dabei müssen jedoch die damit verbundenen hohen Infrastruktur-, Betriebs- und Vermarktungskosten in einem wettbewerbsfähig eindeutig positiven Verhältnis zu der entsprechend höheren Wertschöpfung stehen.

### Welche Möglichkeiten stehen dem Gesetzgeber offen, um in einer solchen Marktstruktur für eine ausgeglichene Wertschöpfungsverteilung zu sorgen?

Ohne direkt-staatliche Eingriffe in die Milchmarktstruktur sind dem Gesetzgeber für eine ausgeglichene Wertschöpfungsverteilung sehr enge Grenzen gesetzt. Meines Erachtens darf als sinnvolle und wirksame Eingriffs-Massnahme durch den Gesetzgeber die Verkäsungszulage für die silofreie Milchverarbeitung eingestuft werden. Ich bin aber der Meinung, dass der Gesetzgeber sich von einer weitergehenden Einflussnahme auf die Marktstruktur klar zurückhalten sollte. Insbesondere ist die ausgeglichene Wertschöpfungsverteilung durch die direkten Akteure in der «Wertschöpfungskette Molkereimilch» eigenverantwortlich zu organisieren. ■

### Fazit

Die Produktionsmenge der Milchproduzenten hat praktisch keinen Einfluss auf den Milchpreis. Auch die marktwirtschaftlich hergeleiteten Begründun-

gen der Milchindustrie sind oft nur leere Worte. Der Preis wird vom Detailhandel bestimmt und über die Kosten und Gewinne der Unternehmen nach hinten gerechnet. ■ Christian Weber, ZBV