

Zusammenfassung der Länderberichte – Oktober 2018

IDF Faktencheck 4/2018

Die Mitglieder des Ständigen IDF-Ausschusses für Milchpolitik und -wirtschaft sowie des Ständigen IDF-Ausschusses für Marketing aus 20 Ländern legten ihre Berichte aus dem ersten Halbjahr 2018 vor. Dieser Faktencheck hebt die wichtigsten Ergebnisse der Überprüfung der Länderberichte hervor, welche auf der gemeinsamen Ausschusssitzung am 13. Oktober 2018 im südkoreanischen Daejeon vorgelegt wurden.

Milchproduktion

Die Produktionstrends in ganz Europa waren allgemein positiv, mit Ausnahme der Niederlande und Norwegen. Die verringerte Produktion in den Niederlanden wurde auf das Phosphatreduktionsprogramm zurückgeführt, während in Norwegen die Produktion durch warmes und trockenes Wetter beeinträchtigt wurde. Negative Auswirkungen von heißem und trockenem Wetter oder Dürre wurden auch in Großbritannien, Finnland, Irland, Deutschland, Frankreich und Belgien festgestellt.

Außerhalb der EU war die Entwicklung der Milchproduktion in Nordamerika, Neuseeland, Südafrika, Japan, Australien und Israel im Allgemeinen positiv. Chile meldete einen Produktionsrückgang.

Erzeugerpreise

Die zuletzt gemeldeten Trends der Auszahlungspreise an landwirtschaftliche Betriebe waren von Land zu Land sehr unterschiedlich. In der EU verzeichneten nur Frankreich, Deutschland, Polen, das Vereinigte Königreich, Norwegen und die Schweiz einen Anstieg, während Belgien und Dänemark einen Rückgang von 9% bzw. 6% verzeichneten. Viele Länder führten dies auf Schwankungen der Butter- und Rahmpreise zurück. Die USA verzeichneten einen Rückgang um 9,2%, Australien berichtete ein Anstieg von 12,5%. Japan verzeichnete einen leichten Anstieg bei der Milchproduktion und den Erzeugerpreisen.

Groß- und Einzelhandelspreise für Milch

Die Großhandelspreise waren schwach, die Märkte tendierten von stabil bis schwach. Die Diskrepanz zwischen der Bewertung von Butter- und MMP blieb bestehen. Die meisten Länder meldeten nur bescheidene Veränderungen der Einzelhandelspreise. Allerdings berichteten Deutschland, Dänemark und das Vereinigte Königreich signifikante Zuwächse von 12%, 4,1% bzw. 3,8%.

Einzelhandelsmarkt

In mehreren Ländern, den Niederlanden, Kanada, Finnland und Frankreich, verzeichnete Butter starke Verkäufe und / oder Preiserhöhungen, während Irland aufgrund höherer Preise einen Mengenrückgang verzeichnete. In einigen Ländern wurden ein Anstieg an Milchalternativen oder veganer Ernährungsgewohnheiten festgestellt, z.B. Belgien, Irland, Deutschland, Kanada, Norwegen und die Niederlande. "Frei von" wurde als ein Faktor in den Niederlanden für Zucker und in Polen für gentechnisch veränderte Konservierungsstoffe erwähnt.

Verbrauchstrends

Die Verbrauchsentwicklung bei Trinkmilch und Joghurt war in Europa weitgehend rückläufig, wobei in beiden Kategorien nur in Großbritannien und Polen Zuwächse zu verzeichnen waren. Außerhalb Europas ragte Kanada mit einem starken Wachstum von 4,3% für Konsummilch und 3,3% für Joghurt heraus. In den USA gehen Milchgetränke deutlich zurück, obwohl Vollmilchprodukte weiterhin recht stark bleiben. Obwohl die Kategorie zurückgegangen ist, verzeichnet das neue Fairlife-Produkt, bei dem es sich im Wesentlichen um ultrafiltrierte Milch handelt, ein deutliches Wachstum auf niedrigem Niveau.

Handel

Freihandelsabkommen sind nach wie vor ein Thema von Optimismus und Besorgnis. Der Brexit- sowie Handelskriege bereiten Sorge, doch CETA (2017 umgesetzt), die Partnerschaft zwischen der EU und Japan (2019 umgesetzt), die neue NAFTA (USMCA), MERCOSUR, ASEAN, TPP sowie Verhandlungen zwischen der EU und mehreren Ländern / Handelsblöcken, machen Hoffnung. Die Auswirkungen des Freihandelsabkommens zwischen der EU und Japan scheinen unklar zu sein, während lediglich Belgien hohe Erwartungen vermeldet.

In mehreren Ländern wurde ein starker Anstieg der Exporte verzeichnet. Handelsprotektionismus ist in den USA ein großes Problem, insbesondere mit Hinblick auf Exporte nach Mexiko und China.

Aussichten

Brexit- und Handelskriegsbedenken wurden von mehreren Ländern geäußert. Positive Aussichten für Butter, Butterfett und / oder fettreiche Milchprodukte bestehen aus Sicht der Niederlande, Kanada und Neuseeland. Witterungsbedingte Futterknappheit wird sich voraussichtlich in Irland, Australien, Belgien, Frankreich und Deutschland auswirken. Es wird erwartet, dass die Milchpreise in den USA um 5 bis 9% steigen. In diesem Zusammenhang werden für Neuseeland Produktivitätssteigerungen erwartet.

Zu den relevanten milchpolitischen Themen zählen ein neues Landwirtschafts- und Lebensmittelgesetz in Frankreich, Phosphatrechtsgesetze in den Niederlanden, Überarbeitungen des Landwirtschaftsgesetzes in der Schweiz, Ursprungskennzeichnung und Vorschriften für die Etikettierung von Verpackungen in Chile sowie ein Programm "Plan für Dörfer" zur Unterstützung der Landwirte in Polen, der Kompositions- und Lebensmittelsicherheitsvorschriften in Südafrika sowie die Entwicklung einer neuen Lebensmittelpolitik in Kanada.

Umwelt

Von elf Ländern wurden Umweltaktivitäten und -initiativen gemeldet, die auf die anhaltende Bedeutung des Themas für den Sektor hinweisen. Zu den gemeldeten Aktivitäten gehören die „Dairy UK Roadmap“, der „UK Plastics Pact“, Entwicklungen wie die Aufnahme einer neuen Plattform für Umweltschutz in das US-amerikanische Sicherungssystem FARM und die Einführung von „Dairy Action for Climate Change“ in Neuseeland, die dem Sektor einen Rahmen für die Bekämpfung von Emissionen bieten soll. In Chile unterstützt die Milchindustrie die chilenische Agenda für nachhaltige Entwicklung. In der Schweiz wurde eine CO₂-Steuer eingeführt und in Kanada ein obligatorischer CO₂-Preis installiert.

Ernährung und Gesundheit

Die Milchindustrie kommuniziert weiterhin die gesundheitlichen Vorteile von Milchprodukten und verfolgt weltweit Richtlinien zur Sicherstellung, dass die besten wissenschaftlichen Informationen verfügbar sind und verwendet werden. Die Informationen aus der Dairy-Matrix wird von Angehörigen der Gesundheitsberufe in Südafrika übermittelt. Die positiven Auswirkungen von Butter auf die Verbrauchergesundheit sind in der Schweiz ein Thema. Regierungsinitiativen in Israel, Südafrika, Australien und Frankreich zielen auf Salz, Zucker und / oder gesättigte Fettsäuren ab, wozu auch Änderungen bei der Kennzeichnung gehören können.

Tierschutz

Das Wohlergehen der Tiere hat für die Milchwirtschaft weltweit nach wie vor Priorität. Zahlreiche Initiativen sind derzeit in Arbeit. Kanada hat im Jahr 2017 ein neues Auditierungssystem für die Tierpflege eingeführt. Über 98% der US-amerikanischen Produktion sind im „National Dairy Farmers Assuring Responsible Management Programm“ (FARM) registriert. In den Niederlanden sind 80% der Milchviehbetriebe mit Weidegang. In Finnland wurde ein erweitertes Qualitätsprogramm zur Verbesserung der Tiergesundheit und des Tierschutzes durchgeführt. In Neuseeland wurden in diesem Jahr Tierschutzbestimmungen für Pflege und Verfahren eingeführt.



Generisches Marketing

Informationen zu allgemeinen Marketingkampagnen gingen aus 15 Ländern ein. Kommunikationsbotschaften in der Reihenfolge der Häufigkeit lauteten wie folgt: Ernährung / Gesundheit, Genuss (Geschmack), Kultur (Tradition, lokales Erbe, Handwerk, Familienbetrieb), Nachhaltigkeit, Vertrauen, Sicherheit, Anlässe zum Essen, Natur, Sport und Ernährungssicherheit. Zu den bemerkenswerten Kampagnen gehörten eine Knochengesundheitskampagne in Australien, die Kampagne „Vergiss dein Glas Milch nicht“ in Kanada, die Kampagne „Irische Milchprodukte - die vollkommen Natürlichen“ in Irland, die Kampagne „Shavuot Holiday“ in Israel und der „New Washoku“ Kampagne in Japan, die Kampagne „Gracias a la Leche“ in Chile, die Kampagne „Gewöhnliches Essen ist gut genug“ in Norwegen und die Kampagne „Matrix“ des Europäischen Milchforums.

Zusammenfassung

Sowohl die Milchproduktion als auch der Export sind im letzten Jahr gestiegen. Die Marktpreise schwächen sich erwartungsgemäß ab. Die weltweite Nachfrage bleibt stabil, wobei die Nachfrage nach Butter und Rahm in einigen Regionen zunimmt. In Großbritannien, der EU und

GERMANY

den USA gab es eine Überprüfung der Agrarpolitik. Ebenfalls wurden zahlreiche laufende Handelsverträge neuverhandelt. Wetterereignisse in Europa und Australien dürften die Produktion im Herbst und Winter einschränken. Eine Vielzahl proaktiver Initiativen der Industrie zur Bewältigung von Umwelt- und Tierschutzproblemen wurde in die Wege geleitet. Das Marketing wird weiterhin von Gesundheit und Ernährung geleitet, wobei Kultur und Nachhaltigkeit ebenfalls einen hohen Stellenwert haben.

Es bestand eine gewisse Unsicherheit darüber, ob die jüngsten Preisanpassungen lediglich saisonbedingt waren oder ob sie einen zyklischen Abschwung voraussagten. Die Nachfrage der Verbraucher nach Butterfett nahm zu, doch die Verbraucherinteressen betrafen zunehmend Fragen der Nachhaltigkeit und des Tierschutzes. Die Herausforderung durch die vegane Lobby und Milchersatzprodukte wurde immer größer. Die Schwerpunkte der generischen Marketingaktivitäten lagen immer noch bei den Themen Gesundheit und Ernährung.

Quelle: IDF Factsheet "Executive Summary of IDF Country Reports – October 2018"
004/2018-10